

Un monde croissant d'actualités et de divertissement, fourni de manière rapide et sécurisée

DPG Media fournit du contenu digital pour informer, inspirer et divertir les utilisateurs

20 Po

De contenu diffusé via Akamai

82 000

Nouveaux abonnés en 24 h



Des économies mensuelles immédiates pour les sociétés récemment acquises

Une base pour les actualités et le divertissement, partout et tout le temps

Pour rivaliser avec les sociétés de médias internationales, DPG Media doit se démarquer dans le domaine des actualités régionales et du divertissement en ligne, en acquérant des marques plus petites et en se développant avec des performances et une sécurité de classe mondiale. DPG Media s'appuie sur Akamai pour offrir performances, stabilité et sécurité à toutes ses marques de médias en ligne, fournissant chaque jour des actualités et du divertissement à plusieurs millions de personnes.

La tranquillité de pouvoir simplement profiter du spectacle, avec un réseau de diffusion de contenu (CDN) fiable

Tout juste un an après la pandémie de COVID-19, DPG Media a organisé un événement musical live sur son portail d'actualités et de divertissement populaire, HLN.be. Avec 24 h de spectacles live en ligne, la société a ainsi pu présenter des artistes régionaux à un moment où les concerts en présentiel étaient impossibles. Ce fut un véritable succès : plus de 540 000 téléspectateurs à travers la Belgique et 82 000 nouveaux abonnés sur le site.

Pour Jo De Coninck, chef de produit du réseau de diffusion de contenu et du Web Application Firewall de l'équipe Cloud Governance de DPG Media, ce fut une véritable réussite personnelle. « Nous avons diffusé 270 Gbit/s de vidéo live à des centaines de milliers de personnes », explique Jo De Coninck. « Cela représente un trafic considérable pour nous, mais nous n'avons pas eu besoin d'augmenter les infrastructures ou la capacité d'hébergement. Nous avons tout simplement profité du spectacle. »

Membre de l'entreprise depuis 20 ans, Jo De Coninck a passé ces dix dernières années à aider le conglomérat médiatique à mener une transformation digitale. DPG Media gère 90 marques régionales reconnues : magazines et journaux d'actualités sur papier, émissions de télévision et de radio, publications digitales ou encore streaming vidéo à la demande. Et l'entreprise met de plus en plus ses informations et divertissements en ligne, atteignant ainsi des millions de personnes en Belgique, aux Pays-Bas et au Danemark.



DPG Media

Anvers, Belgique

www.dpgmediagroup.com

Secteur

Médias et divertissement

Solutions

- Kona Site Defender
- Client Reputation
- Download Delivery
- Dynamic Site Accelerator
- Adaptive Media Delivery
- Page Integrity Manager
- Bot Manager Premier
- Cloud Wrapper
- Edge DNS
- Premium Service and Support 3.0
- Security Optimization Assistance



Jo De Coninck a joué un rôle déterminant dans la transition vers la diffusion en ligne, en s'assurant que l'infrastructure dispose des performances, de la stabilité et de la sécurité nécessaires pour gérer un nombre croissant de lecteurs, des événements de streaming vidéo à grande échelle et des pics de trafic souvent imprévisibles en cas de nouvelles fracassantes. Il s'appuie sur Akamai pour y parvenir, et mène par ailleurs une initiative à l'échelle de l'entreprise visant à confier à Akamai toutes les applications publiques.

Faire profiter les marques de médias plus petites de l'importance et du statut de l'entreprise

L'effort de standardisation est un élément essentiel de la stratégie commerciale du conglomérat de médias. Il consiste à tirer profit du statut et de la portée de l'entreprise pour stimuler la croissance rapide des acquisitions et des nouvelles activités commerciales. En intégrant les petites marques à Akamai, Jo De Coninck peut leur fournir directement les ressources d'infrastructure nécessaires pour se développer, en proposant un contenu plus riche et en atteignant un public plus large qu'auparavant. Le tout sans augmenter l'infrastructure. Cela permet à DPG Media de renforcer ses avantages régionaux et de rivaliser avec des acteurs mondiaux déstabilisants, tels que Facebook, Google et Netflix.

« Grâce à notre stratégie de CDN centralisée, nous pouvons optimiser les performances de nos produits digitaux, améliorer la sécurité et, par le jeu des économies d'échelle, réduire les coûts par rapport à une approche autonome. C'est une triple victoire ! » explique Frank Mathys, directeur de la technologie chez DPG Media.

Tout a commencé par une simple publication en ligne

Jo De Coninck a introduit la technologie Akamai chez DPG Media il y a près de 10 ans, alors que la société se préparait à lancer iPaper, sa première publication digitale. Il devait s'assurer que les lecteurs profitent d'une expérience rapide et parfaite au moment d'accéder aux actualités sur leur ordinateur de bureau, leur tablette ou leur téléphone. En mettant en cache du contenu en bordure de l'Internet avec le produit [Download Delivery](#) d'Akamai, il a pu accélérer le chargement des pages et créer une meilleure expérience de lecture pour les internautes, une expérience encore plus simple que l'ouverture d'un journal papier au petit-déjeuner. En même temps, le contenu mis en cache crée une zone tampon pour l'infrastructure, lui permettant de résister aux inévitables vagues de trafic générées par les dernières actualités.

« Sans Akamai, nous n'aurions tout simplement pas pu proposer ce premier produit digital », se souvient Jo De Coninck. Depuis, il a étendu le CDN à des dizaines d'applications publiques, en ajoutant [Dynamic Site Accelerator](#) pour optimiser davantage les performances du site ainsi qu'[Adaptive Media Delivery](#) pour prendre en charge les nouveaux canaux de vidéo à la demande de DPG Media. DPG Media utilise également [Edge DNS](#) et [Cloud Wrapper](#), pour des performances, une disponibilité, mais aussi une stabilité élevée pour les sites d'actualités et de divertissement.

« Même lorsque nos applications et notre infrastructure d'hébergement sont tombées en panne, nos sites d'actualités ont continué de fonctionner sur les versions mises en cache », explique Jo De Coninck. « À cette époque, Akamai nous a sauvé la vie. »

Un avenir mobile avec une évolutivité à faible coût

La mise en bordure de l'Internet du contenu permet également à l'entreprise d'envisager un avenir plus mobile. « L'année dernière, notre trafic sur mobile a dépassé le trafic régulier, et cette tendance ne fait que se confirmer », explique Jo De Coninck. « Je suis convaincu que l'approche d'Akamai orientée vers la bordure de l'Internet deviendra un avantage considérable pour l'accès mobile, car elle nous rapproche énormément des utilisateurs. »

De plus, la standardisation sur un seul CDN a permis à DPG Media de réduire ses coûts en regroupant tout le trafic via Akamai, que les applications se trouvent sur un site ou sur une plateforme cloud. Lors de sa récente acquisition de Sanoma NL, DPG Media a constaté que le recours à Akamai a permis à la marque d'économiser 10 000 € par mois sur les coûts d'infrastructure, tout en lui permettant d'atteindre une audience plus large que jamais.



Grâce à notre stratégie de CDN centralisée, nous pouvons optimiser les performances de nos produits digitaux, améliorer la sécurité et, par le jeu des économies d'échelle, réduire les coûts par rapport à une approche autonome. C'est une triple victoire !

Frank Mathys

Directeur de la technologie

« Akamai nous offre la flexibilité et la rapidité nécessaires pour évoluer sans coûts d'infrastructure élevés. Une nouvelle marque comme Sanoma peut ainsi multiplier par 10 son nombre de visiteurs sans payer 10 fois plus cher », explique Jo De Coninck. « Cela signifie que nous pouvons réinvestir les économies dans un domaine de plus en plus important : la sécurité. »



Akamai nous offre la flexibilité et la rapidité nécessaires pour évoluer sans coûts d'infrastructure élevés.

Protection des sites d'actualités contre les menaces pour la sécurité

Jo De Coninck s'est attaché à protéger l'infrastructure de DPG Media en ajoutant un périmètre de protection grâce à Akamai. La société de médias et de divertissement a d'ailleurs choisi [Kona Site Defender](#) pour se protéger contre les attaques par déni de service distribué, éloignant ainsi les menaces de l'infrastructure et bloquant ces dernières en bordure de l'Internet. La solution [Client Reputation](#) a quant à elle ajouté une couche supplémentaire de protection au périmètre. [Page Integrity Manager](#) protège contre les attaques de script, tandis que [Bot Manager Premier](#) bloque les tentatives d'extraction de contenu ou de vol des informations d'identification des utilisateurs.

« Nous devons protéger nos applications et nos données utilisateur contre des menaces ciblées telles que le credential stuffing et l'extraction de contenu », explique Jo De Coninck. « La centralisation de nos applications derrière un Web Application Firewall réduit considérablement notre surface d'attaque publique et permet de protéger nos données utilisateur. »

Jo De Coninck

Chef de produit du réseau de diffusion de contenu et du Web Application Firewall

Argument commercial solide et stratégie de croissance à long terme

DPG Media a fait beaucoup de chemin depuis son premier lancement avec Akamai pour son application iPaper. De seulement quelques centaines de téraoctets par mois, le déploiement s'est développé pour atteindre 20 pétaoctets de contenu mensuel, des publications d'actualités quotidiennes aux magazines en passant par la vidéo en streaming. C'est en grande partie dû aux efforts inlassables de Jo De Coninck pour mener l'initiative de standardisation. En se concentrant sur les 30 principales marques de l'entreprise aux besoins les plus élevés en bande passante, il a déjà aidé à placer 70 % des applications publiques sous les soins d'Akamai. Et ce n'est que le début.

Une partie du travail de Jo De Coninck consiste à aider les développeurs à effectuer la transition vers Akamai lors de la création et du déploiement de nouvelles applications. Il dispose d'un argument commercial solide, montrant qu'un CDN d'entreprise unique permet d'optimiser les performances, la stabilité, l'évolutivité et la sécurité tout en réduisant les coûts. Il peut également compter sur le [Premium Service and Support 3.0 d'Akamai](#) avec la [Security Optimization Assistance](#) pour assurer le bon fonctionnement général. Il sait à quel point il est important de séparer le CDN de la couche d'application afin de donner aux équipes de développement la possibilité de développer les applications et de les déplacer.

« En tant que CDN indépendant, Akamai nous permet de dissocier les fonctionnalités d'optimisation des performances et de sécurité de notre infrastructure d'applications », explique Jo De Coninck. « Cela est d'autant plus important que nous continuons à acquérir et à absorber des entreprises plus petites, qui profitent ainsi du statut et de la portée de notre entreprise. »

Étendre à des millions de personnes en ligne son offre de journalisme et de divertissement, en gardant la même qualité que toujours, est une stratégie solide pour une entreprise en constante évolution, dans une industrie de plus en plus digitale.



Nos médias enrichissent la vie des internautes en les informant, en les inspirant et en les divertissant. Nous sommes convaincus que des internautes et des communautés bien informés contribuent à un monde meilleur. Nous proposons les médias les plus efficaces et les plus fiables. Nous nous engageons à créer une entreprise de médias durable et prospère, à la fois positive, créative et compétitive. www.dpgmediagroup.com