

Into the cloud... inspiré d'une histoire vraie

---

Comment RadioShop  
a-t-il obtenu  
la haute disponibilité  
pour les playlists  
en ligne de ses clients ?



**500 000**

chansons écoutées  
par jour



**8 685**

points géographiques  
desservis



**5**

serveurs de bases de données  
sécurisés et à haute performance

---

## Le contexte

RadioShop est une agence audio numérique dont le siège est situé dans le sud de la France. Elle propose des playlists personnalisées, de la conception musicale, une identité sonore, des expériences numériques en magasin et d'autres services de contenu sonore à des centaines de marques dans le monde. Lorsque l'entreprise s'est développée, le nombre de ses serveurs a augmenté, nécessitant alors de rationaliser leur administration et leur entretien.

---

## Le défi

Les infrastructures des restaurants et des boutiques sont généralement concentrées sur les opérations bancaires en ligne pendant la journée. Elles se connectent donc au réseau RadioShop dans la soirée pour télécharger des playlists. Cette fenêtre, assez courte, signifie que le réseau de RadioShop doit être capable de faire face à des pics de trafic, sous peine de perdre des clients.

Posséder davantage de serveurs signifie aussi que l'équipe informatique doit passer de plus en plus de temps à s'occuper de la maintenance (par exemple en cas de panne matérielle, de mise à jour logicielle ou de cyberattaque) au lieu de se concentrer sur l'innovation et le développement des produits. RadioShop voulait donc trouver un moyen de déléguer la gestion de son infrastructure.

*« Chaque soir, plus de 8 500 commerces dans le monde entier se connectent à notre infrastructure afin de télécharger des playlists pour le lendemain. Nous voulions donc pouvoir nous appuyer sur un partenaire fiable afin de déléguer la gestion de l'infrastructure RadioShop. »*

**Thomas Bergerot, cofondateur et PDG, RadioShop**





---

## La solution

Le Private Cloud d'OVH héberge pour RadioShop une infrastructure à trois niveaux. Chacun d'entre eux est isolé dans un VLAN différent afin d'assurer une sécurité optimale en cas de fuite de données ou de cyberattaque.

1. Le premier niveau est composé de trois serveurs avec HAProxy pour répartir la charge.
2. Le deuxième niveau comporte deux serveurs de bases de données contenant le catalogue des pistes.
3. Le troisième niveau comprend la base de données principale permettant de rassembler en temps réel des données sur les points de vente afin d'influencer les playlists.

Un pare-feu renforce la sécurité du réseau, et tous les fichiers du catalogue de musique sont sauvegardés sur des serveurs situés dans un datacenter OVH. Le réseau privé vRack sécurise tous les transferts de données.

---

## Le résultat

Grâce à la solution d'OVH, RadioShop permet à ses clients d'améliorer leur expérience de shopping grâce à des playlists musicales et à d'autres contenus audio livrés directement sur leur point de vente. En sous-traitant la gestion de son infrastructure à OVH, RadioShop dispose de plus d'énergie à consacrer à son cœur de métier.

*« Nous pouvons synchroniser différents fichiers sur plusieurs de nos points de présence dans le monde entier d'une façon qui réduit la latence et la bande passante consommée. »*

**Thomas Bergerot, cofondateur et PDG, RadioShop**

OVH est un fournisseur mondial de cloud hyperévolutif qui offre aux entreprises une valeur et des performances de référence. Leader européen, OVH est l'alternative dans le cloud. Fondé en 1999, le groupe gère et maintient 28 datacenters sur 12 sites et 4 continents, déploie son propre réseau mondial de fibre optique et maîtrise l'intégralité de la chaîne de l'hébergement. En s'appuyant sur ses infrastructures en propre, OVH propose des outils et solutions simples et puissantes, qui mettent la technologie au service du métier et révolutionnent les manières de travailler de plus d'1,4 million de clients à travers le monde. Le respect de l'individu et des libertés, l'égalité des chances d'accès aux nouvelles technologies sont depuis toujours fermement attachés à l'entreprise. D'où le moto d'OVH, « Innovation for Freedom ».