



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

MIPTV 2015 : startups

Chaque année, je découvre quelques nouvelles startups de l'univers de la "TV connectée" au MIPTV. Le terme fait maintenant désuet. Il ne semble même plus vraiment utilisé. Il semble qu'il soit évité car il symbolise l'échec non seulement des constructeurs à imposer leur vision de la TV connectée mais aussi celle des startups à l'alimenter avec leurs nombreuses applications "second écran". J'avais eu l'occasion d'expliquer ce phénomène dans "**Les français de la TV connectée - Telequid et Tivine**" en décembre 2014.

Dans ce MIPTV pour lequel j'ai déjà fait un compte-rendu sur les **contenus TV**, les **contenus OTT** et **l'écosystème de la 4K** avec un petit détour par le NAB de Las Vegas, se trouvaient une petite vingtaine de startups ou PME exposantes et l'habituel concours de startups, organisé avec le concours de FaberNovel. Cinq startups finalisent pitchaient devant un jury composé d'un représentant du programme CanalStart de Canal+, le Farid de "Fred & Farid", et des représentants de Yahoo7, de l'irlandais RTE Digital et de la startup suédoise Epidemic Sound. Les startups avaient été sélectionnées par **Canalstart et Fabernovel**, dont Raphaëlle Toledano animait les présentations.



La grande ironie de ce concours de startups est que son gagnant, l'américain RightsTrade, qui est une sorte d'intermédiaire de gestion des droits pour les ayant-droits, pourrait très bien désintermédier le salon MIPTV. Cela démontre au moins que le jury était bien indépendant !

Les candidats étaient donc :

Relevancy Data (UK + Israël)

Cette startup propose un système qui permet d'optimiser le choix des publicités qui sont présentées dans les systèmes de diffusion de vidéo sur Internet, style YouTube. D'un côté, il scanne des millions de vidéos en ligne et utilise un système de reconnaissance pour identifier les éléments distinctifs dans les vidéos qui sont regardées par l'utilisateur. De l'autre, il injecte les métadonnées générées dans un profil utilisateur qui sert à personnaliser les publicités. On suppose que les personnes, lieux, logos, objets et musiques qui sont reconnus dans les vidéos visionnés font partie des centres d'intérêt de l'Internaute. Ils utilisent également les données sur les vidéos de publicité qui sont fermées par les utilisateurs en cours de route. Ces données "d'opt-in" ont aussi de la valeur pour indiquer ce que l'utilisateur ne souhaite pas voir.

A ce jour, ils ont notamment BMW comme client et cela permettrait d'avoir 42% de plus de vidéos publicitaires réellement vues par les Internaute. Ils travaillent aussi avec Dailymotion et Evian. Il est probable que cette technologie qui utilise probablement des briques logicielles open source standards, présente plein de domaines d'applications à explorer.

Dramatify (Suède)

Cette startup illustre une tendance qui avait déjà démarré il y a quelques années avec l'apparition de startups "b-to-b" pour les métiers de la TV. Ici, Dramatify est une application mobile smartphone et tablette permet de gérer la production de toutes sortes de contenus TV et cinéma, fiction comme documentaires. C'est une sorte d'ERP complet qui gère la communication entre les membres des équipes de production, entre réalisateur et scénariste, qui gère les plannings des ressources, la collaboration etc. L'application de génération de scénario ajoute un watermark pour en assurer la traçabilité.



Plan and schedule your TV and film production
– with easy drag'n'drop

Planning and scheduling your production should be smart and easy, not something to tear out your hair over.

With Dramatify's new drag and drop interface, you can plan and schedule any number of episodes with up to five simultaneous teams, each with their own call sheet.

It's super simple to plan and schedule with Dramatify. After linking scenes, characters and sets together, head over to the planning grid to add production days. Drag and drop scenes from the left-hand column on to the correct production day and team. Standard strip-board colours makes it easy to plan similar scenes together. When the left-



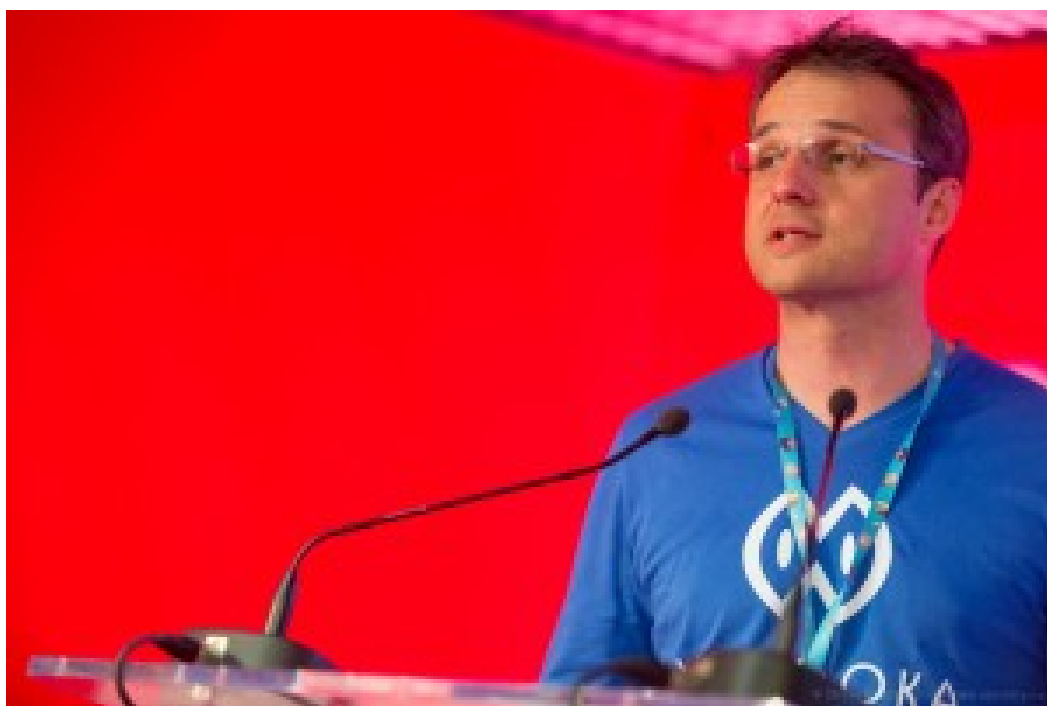
Wildseed Studios (UK)

Voilà une startup qui n'avait rien à faire là. Tout du moins, on ne peut pas vraiment qualifier ce genre de société de startup. C'est une société de production de vidéos pour YouTube. Autant dire que le modèle n'est pas très scalable. Mais comme Canal+ sponsorisait l'événement et qu'ils ont déjà acquis un MCN (Studio Bagel), il est logique qu'ils se soient intéressés à ce genre de société.

Wildmoka (FR)

J'ai déjà eu sporadiquement (**notamment ici**) l'occasion d'évoquer cette société basée à Sophia-Antipolis qui a créé Moments Share, une fonction de génération d'extraits de vidéos live pour l'application second-écran de Canal+. C'est aussi un partenaire de Wyplay, situé près de Marseille et qui est derrière la mise à jour de l'ensemble du logiciel des box de Canal+, en cours de déploiement (la mise à jour s'applique aux box existantes).

Ils ont comme client AT&T aux USA, une belle référence. En France, en plus de Canal+, ils travaillent aussi avec Direct8 et NRJ12. L'intérêt de la fonction ? Il démultiplie la viralité des contenus live dans les réseaux sociaux. En générant jusqu'à une dizaine de plus de retweets sur l'émission. De quoi faire saliver les chaînes TV traditionnelles !



Thomas Menguy, le fondateur et CEO de Wildmoka pendant son pitch au MIPTV.

C'est la seule société qui fait officiellement partie du programme CanalStart. Il était tout aussi compréhensible que Canal+ les sélectionne dans ce concours même si cela frise le conflit d'intérêt !

RightsTrade (USA)

Le gagnant de cette édition du concours de startups du MIPTV propose un outil d'optimisation du processus de vente de droits audiovisuels. L'idée consiste à dématérialiser au maximum le processus de vente de droits audiovisuels en faisant au passage la promotion de la longue traîne des catalogues. Cela ne remplacera probablement pas le relationnel entre ayant-droits et diffuseurs mais permettra aux premiers de toucher une clientèle plus large. Avec la fragmentation des offres de contenus OTT, cette solution a probablement une place à prendre.



On remarquera un “pattern” : toutes ces sociétés sélectionnées ont une solution plutôt b-to-b. Cela traduit cette tendance au repli vers le b-to-b des entrepreneurs du secteur. Il est en effet pour l’instant très difficile de percer en attaquant directement les téléspectateurs dans l’écosystème de la TV. Les startups du secteur sont quasiment toutes amenées à soit fournir leur produit en marque blanche (comme Wildmoka pour Canal+) soit à être plutôt des prestataires de services (comme les vétérans du secteur DotScreen ou Wiztivi).

Autres startups croisées au MIPTV

Il y avait bien d’autres startups, très orientées b-to-b dans la zone digitale de ce salon. J’ai notamment croisé :

Tivine Technologies (France) qui intervenait dans les sessions. La société basée à Paris, actuellement dans l’incubateur Telecom Paristech, propose un guide de programme enrichi, agrégeant des informations issues de sources en général ouvertes comme Wikipedia ou IMDb.

Vigiglobe (Belgique) qui était déjà présent l’année dernière et présentait son outil de monitoring de trafic dans les réseaux sociaux et notamment Twitter. La société a un lab de R&D basé à Sophia-Antipolis. Elle arrive à se développer avec des clients dans plusieurs pays dont la France.

Magisto (Israël) qui propose un outil d’édition automatique de vidéos en ligne. En gros, cela génère une vidéo (animée...) à partir de contenus disparates de type photos, schémas, logos et vidéos avec force effets spéciaux et de transitions. Le genre d’outil qui donne inmanquablement l’impression de déjà-vu mais qui est tout de même différent de ce que je connaissais comme le français **Stupeflix** et son application Replay dont l’histoire de son intégration dans le keynote de Tim Cook d’Apple en septembre 2014 vient d’être racontée par Frédéric Filloux dans **Monday Note**.



Slashtag va lancer une chaîne TV interactive OTT pour les jeunes intégrant notamment des vidéos captées à 360° dans lesquelles on pourra naviguer sur son mobile.

Slashtag (France), une startup en gestation depuis environ un an qui proposera dans un premier temps une application mobile destinée à ajouter de l'interactivité aux programmes TV avec des contenus additionnels. Elle s'appuiera sur une technologie "maison" de reconnaissance sonore du contenu TV. C'est une technologie de la catégorie de l'Automatic Content Recognition (ACR). Elle est notamment proposée par l'américain Audible Magic et il en existe des briques open source ou propriétaires utilisables en marque blanche. Le concept fait penser à ceux de **Leankr** et **Tivine Technologies** mais avec deux différences clés : un ciblage jeunes et l'addition de contenus plutôt vidéo que textes aux programmes TV. Sachant que certaines applications second écran des chaînes de TV utilisent déjà l'ACR pour détecter le programme en cours. L'application permettra de faire du T-commerce et d'acheter les produits vus dans les contenus à la TV. Intéressant et déjà vu dans de nombreux projets, mais cela nécessite plutôt de l'ACR vidéo que de l'ACR audio ! La société a un second projet de création de chaîne TV interactive qui associe des contenus vidéo produits en interne (ou pas ?), et notamment des contenus créés en 360° avec un système de multi-GoPro (*ci-dessus*), de la publicité interactive et géolocalisée, de l'interaction sociale et même une monnaie virtuelle. On sent que tous les mots magiques du moment ont été intégrés dans le business plan ! La créatrice de Slashtag a déjà levé 1m€ et annonce lancer un tour de table de 15m€. Cela me semble bien hasardeux sauf à bénéficier de financements occultes ou vraiment très désintéressés et seulement si les ambitions internationales du projet sont bien là ! Il est en effet rare de trouver une telle somme si l'on n'a pas déjà démontré que la croissance était là, tant au niveau des utilisateurs que du chiffre d'affaire. On peut aussi faire miroiter un rachat rapide par un média comme Canal+, auquel cas ce rachat devrait au moins se faire à au moins environ $4 \times 16 = 64m€$ pour tenir compte de la dilution du capital des investisseurs. Ce n'est pas loin des 80m€ de la revente de la chaîne de la TNT Numéro 23, ce qui leur a peut-être donné des idées ! Seule une petite dizaine de sociétés du numérique arrive à lever plus de 15m€ en France chaque année parmi lesquelles on peut compter par exemple Blablacar, Withings ou Sigfox (cf l'**indicateur de Chausson Finance**). Mais pas dans les contenus ! Le projet est en fait un spin-off de l'agence de création de contenus interactifs Slashe qui est à l'origine de la technologie et a été créé par la fondatrice de Slashtag, Lenka Galinié.

Et les startups du NAB ?

Le NAB ayant lieu presque en même temps que le MIPTV, quelques uns des acteurs français du secteur de la TV connectée étaient à Las Vegas au lieu de Cannes. Je n'ai pas pu toutes les pister. J'ai surtout noté que **Dotscreen** en a profité pour lancer une application pour l'Apple Watch pour Europe 1. Elle permet de piloter l'application iPhone d'écoute de la station radio en réception Internet. Un nouvel usage à créer ! Leur client était déjà acquis, Dotscreen ayant développé pour Europe 1 ses applications tablette et smartphone. Il est bien normal qu'un spécialiste des applications second écran s'empare de "the" nouvel écran qui vient d'arriver !

Sinon, à l'échelle internationale, le secteur poursuit sa consolidation avec notamment l'acquisition de l'européen **Pace** par l'américain **ARRIS** pour \$2,1B. Arris avait déjà avalé l'activité set-top-box de **Motorola** en 2012, aux débuts du démembrement de Motorola provoqué par son acquisition par Google en 2011. L'israélien **Avid** spécialiste de la post-production vidéo s'est de son côté payé **Orad**, un autre israélien spécialiste de l'habillage écran des studios TV et qui équipe notamment le **plateau du JT de M6**.

Voilà, c'est terminé pour l'actualité des technologies de la TV et pour ce MIPTV 2015 ! Sur ces sujets, je vous donne probablement rendez-vous pour l'après IBC d'Amsterdam de septembre 2015. Et ensuite, je passerai probablement du temps à décortiquer les annonces des prochaines box TV de Free et d'Orange qui devraient intervenir d'ici la fin 2015.

Cet article a été publié le 27 avril 2015 et édité en PDF le 12 mai 2019.
(cc) Olivier Ezratty - "Opinions Libres" - <https://www.oezratty.net>