

Focus sur... Spideo

Vous vous sentez d'humeur à regarder quoi ce soir ? Une comédie romantique à savourer à deux, un thriller ou une franche rigolade pour partager frissons ou rires entre amis ? Faites part de votre « mood » à **Spideo** et il vous proposera des films adaptés. Spideo, c'est **une application grand public** disponible sur tablettes (iPad et Android) et bientôt sur iPhone, **qui vous aide à choisir un film**, sur le catalogue VOD assez limité de iTunes d'Apple ou Google Play, mais à l'avenir sur une offre plus large. Spideo, c'est surtout **le moteur de recommandation** déjà adopté par de grandes plates-formes de VOD et de télévision, comme Canalplay, Arte ou intégré à la box Miami de Bouygues en France, ou encore le service M-GO, créé par DreamWorks et Technicolor, intégré aux téléviseurs Samsung et aux plus de 4 millions de boîtiers OTT Roku vendus sur le territoire américain.

A l'origine de Spideo, trois Parisiens, **Gabriel Mandelbaum, Paul de Monchy et Thibault D'Orso** : « Nous étions cinéphiles, télévores, et frustrés par les services de vidéo à la demande qui cherchaient à offrir le plus de films possibles. La télévision de rattrapage a apporté encore plus de contenus disponibles. Cette abondance, sans outil pour aider à faire son choix, donnait une expérience insatisfaisante. On ne trouvait pas ce qu'on voulait », résume Gabriel Mandelbaum.

Une recherche multicritères

Après un diplôme d'HEC et un premier poste chez le producteur Marathon pour Gabriel, des recherches en sémiologie, un master à Sciences-Po Paris et une expérience marketing chez Hoffmann-Laroche pour Thibault, les deux amis commencent à réfléchir à un projet au sein de l'incubateur de Sciences-Po. Ils y rencontrent Paul, ingénieur des Mines venant de Bouygues Telecom.

L'algorithme développé par Spideo formule ses recommandations en croisant une cartographie qui relie les contenus entre eux parce qu'ils présentent une thématique, un genre... communs, une analyse du profil de l'utilisateur basée sur ce qu'il a recherché, visionné, noté... et un moteur de recherche sémantique qui interprète les requêtes. Eventuellement aussi, une recherche par « envies » à partir de mots-clés comme « rire », « changer d'air », « sueurs froides »... La pertinence du moteur repose sur **une fine indexation des contenus**. Aux côtés de développeurs informatiques, la société intègre des profils dédiés à

l'éditorial, diplômés de l'Ecole du Louvre ou en cinéma. Cette expertise permet à Spideo, non seulement de **suggérer à l'utilisateur un programme**, mais de **lui expliquer pourquoi il a des chances de l'aimer**.

La démarche de Spideo **ressemble à celle de Netflix**, le service de vidéo par abonnement (SVOD) dont le moteur de recommandation est une des clés de son succès mondial. Sauf que la société française ne vend pas d'abonnement à un catalogue fermé. Elle propose au contraire **des choix dans toute l'offre disponible à un instant donné** – le direct des chaînes de télévision, leur offre de replay, les services VOD... – dès lors que Spideo est intégré à une box ou un téléviseur connecté...

30 % de son CA à l'international

Le déploiement de Netflix a été pour Spideo un **« accélérateur de croissance »** confie Gabriel Mandelbaum, les autres services VOD ayant besoin d'une recommandation aussi pertinente pour soutenir la concurrence.

Derrière la façade grand public, Spideo vend à ses clients, chaînes ou opérateurs, des outils d'analyse des comportements qui permettent à une plate-forme d'affiner son marketing, de pousser des contenus auprès d'une cible particulière, ou avant l'expiration de leur fenêtre d'exploitation... Le prix d'une licence d'utilisation des outils Spideo se compte en centaines de milliers d'euros annuels. Il peut varier du simple au triple, selon les fonctionnalités, la taille du catalogue, le nombre d'utilisateurs...

Spideo fait déjà **30 % de son chiffre d'affaires à l'international**, et est entré **en discussion avec de grands opérateurs du câble aux Etats-Unis**.

La jeune société vise également un nouveau marché : celui des régies publicitaires, pour un meilleur ciblage des publicités sur les services de VOD et de catch-up, par une méthode de recommandation des messages délivrés identique à celle utilisée pour les programmes. Un pilote de ce nouveau produit était présenté au NAB en avril à Las Vegas.

Enfin, Spideo va proposer fin 2015 une version simplifiée sous forme d'abonnement en ligne (SaaS ou Software as a service) de son moteur et de ses outils, destinée à des plates-formes plus petites ou spécialisées, qui veulent aussi offrir une recommandation.

Pour financer tous ces développements, Spideo, toujours détenue à 80 % par ces trois fondateurs, a entamé une levée de fonds.

Repères

Création : 2010

Cofondateurs et dirigeants : Gabriel Mandelbaum (Dg), Thibault D'Orso, Paul de Monchy

Siège : Paris 18e

Effectif : 22

CA : environ 1 million d'euros. Rentable depuis 2013

Activité : développement de solutions de recommandation et de découverte de contenus audiovisuels, à destination de tous les distributeurs de vidéos, opérateurs de télévision sur IP, plates-formes de vidéo à la demande, chaînes de télévision pour leurs applications second écrans...

Modèle économique : vente de licences d'utilisation du moteur de recommandation, et des outils d'analyse.

Rubrique réalisée par Isabelle Repiton pour *Satellifax*.