

Cédric Monnier (Okast) :

« 2021 sera une année de consolidation, sur le live streaming notamment. »

Portée par l'essor de la vidéo et de la SVOD, la plateforme Okast, éditée par Okast.tv, attire de nouveaux clients autour du live streaming et des chaînes linéaires. En permettant aux acteurs des médias et de l'audiovisuel de déployer rapidement une plateforme de streaming vidéo et de monétiser leur catalogue, elle constitue, avec FlameFy, l'une des solutions digitales mises en place par M.E.I. Group. Explications avec Cédric Monnier, cofondateur et CEO du groupe.

Satellifax Magazine : M.E.I. Group s'est développé à partir de deux solutions numériques, FlameFy puis Okast, intégrée après le rachat en 2017 de la start-up du même nom. Quelle est la particularité de la solution Okast.tv qui est née de cette fusion ?

Cédric Monnier : Notre activité a démarré avec le produit FlameFy, qui utilise le big data et l'intelligence artificielle pour proposer une analyse des audiences et de l'engagement des utilisateurs. Le rachat, en 2017, d'Okast, à l'origine d'une solution SaaS¹ d'édition de plateformes de streaming vidéo en marque blanche, est venu enrichir cette offre. Les deux technologies sont complémentaires : elles ont d'ailleurs fusionné au sein d'une même plateforme. Si l'outil FlameFy est encore commercialisé seul dans certains cas particuliers, la quasi-totalité de nos clients ont accès à l'ensemble de l'offre sous forme d'un package clé en main. Okast.tv permet de déployer simplement sa propre plateforme de streaming vidéo sur le web et en OTT, et de monétiser un catalogue. Elle est compatible avec plus de 400 modèles d'appareils (téléviseurs, box opérateurs, stores iOS, Android, Roku, Amazon...). C'est un outil flexible, robuste, avec un time to market extrêmement compétitif.

Qui sont vos clients ?

CM : La technologie Okast cible les chaînes de télévision, les producteurs de contenus TV, cinéma et web, les pure players, les groupes médias ou les agences de publicité. Notre ■■■

¹ Software as a Service/logiciel en tant que service : modèle de distribution dans lequel les logiciels sont installés sur des serveurs distants (cloud) plutôt que sur la machine de l'utilisateur.



Cédric Monnier et Jessica Xu sont les cofondateurs de FlameFy et de M.E.I. Group.
Photo © DR

■■■ portefeuille compte plus de 150 clients, parmi lesquels figurent Qwest TV, Allindi [œuvres corses, ndlr], MMA TV, HDP Interactive (Opsis TV et Docs TV), IDance Music, ainsi que des grands groupes comme Accor Hotels, Maif ou Accenture, pour lesquels nous éditons plus de 150 plateformes. Parmi eux, 60 % sont installés en France, 40 % à l'étranger et notamment en Europe, en Australie et aux Etats-Unis.

Quel est le modèle commercial d'Okast.tv ?

CM : Notre solution fonctionne par abonnement. Il peut être mensuel, avec un prix d'entrée à 29 euros pour permettre à des clients de démarrer très vite sur de petits projets. Ensuite, le tarif augmente en fonction du nombre d'abonnés et de la taille du catalogue. Indépendamment du modèle d'affaire (SVOD, TVOD, AVOD), il peut y avoir un système de partage de revenus sur la partie payante. C'est au choix du client. Pour certains, c'est le meilleur moyen de démarrer une activité en minimisant le coût d'abonnement. D'autres acteurs bien installés préfèrent le modèle sans partage de revenus pour des raisons d'organisation, de droits et d'optimisation des coûts.

La typologie de vos clients suit-elle l'évolution du marché des contenus ?

CM : Le profil a un peu changé. Au départ, nos outils intéressaient des producteurs indépendants, des réalisateurs de contenus (Multipass Prod, Spirit Production) qui, en remplacement du marché du DVD, ont cherché une solution d'achat à l'acte. Beaucoup de professionnels au plus près des productions, y compris des distributeurs, sont venus vers nous pour monétiser un

catalogue en VOD. Qwest TV, le Netflix du jazz, créé en 2017 par Quincy Jones, est notre plus ancien client.

Vous comptez le groupe Secom parmi vos clients. Quelle est la nature de l'accord ?

CM : Le groupe de Bruno Lecluse a sollicité Okast pour lancer plusieurs services OTT destinés à accompagner la croissance de ses chaînes et leur développement à l'international. Ce partenariat exclusif porte sur le déploiement progressif depuis novembre des services OTT de myZen TV, Melody d'Afrique et Melody (pays francophones) et, en 2021, de Museum TV (hors de France d'abord). Okast fournit l'architecture de streaming, la plateforme et son design, la gestion complète des systèmes de paiement, les applications TV et mobiles, ainsi que le logiciel permettant le pilotage de l'activité (gestion des contenus, CRM utilisateurs, rapport d'analyses, etc.). Ces services seront accessibles sur le web, le mobile, et les applications mobiles et TV (Amazon, Fire TV, Roku, Android TV, TV connectées). Notre solution va permettre à Secom d'élargir son assiette de revenus en OTT tout en gardant le contrôle complet de sa stratégie multidistribution.

« Avec le pic de nouveaux clients, la société a connu en 2020 une très forte croissance, de 300 % environ. »

Fin 2020, vous avez aussi accompagné le géant allemand Kinostar pour



Okast a annoncé début 2021 l'arrivée de Jean-François Camilleri, ancien président de The Walt Disney Company France et président d'Echo Studio, en tant que conseiller stratégique. Photo © DR

Le lancement de Good!Movies ?

CM : Kinostar est un gros exploitant de salles, également producteur et distributeur de films. Il a lancé en novembre, avec des partenaires indépendants, sa plateforme OTT de cinéma à 3,99 € dans la zone germanophone (Allemagne, Autriche) et, prochainement, en Turquie. Le groupe distribue de nombreux films français et a souhaité pouvoir contrôler l'intégralité de sa chaîne d'activité, de la sortie salles à l'OTT.

Ces nouveaux clients confirment l'essor du secteur VOD/SVOD. Quel bilan tirez-vous de 2020 et de la crise liée au coronavirus ?

CM : C'est un changement de paradigme pour le monde du spectacle, du cinéma et des artistes. Le numérique aide le cinéma plutôt que de le mettre en danger. Nous avons développé de nouvelles solutions pour les exploitants qui cherchent à maintenir leur activité. Nos solutions de ticketing, associant séances digitales à heures fixes avec un live chat pour maintenir la convivialité, sont en test au Royaume-Uni au sein du réseau Réel Cinema, qui est fermé. C'est une innovation technologique ■■■

M.E.I. Group, FlameFy et Okast

M.E.I. Group a été fondé par Cédric Monnier avec d'anciens cadres et ingénieurs de l'audiovisuel (Canal+, France Télévisions, News Corp, Ubisoft, Irdeto, Viaccess) comme Jessica Xu, avec laquelle il a cofondé FlameFy. Ils restent actionnaires majoritaires. En 2016, le groupe, dont une partie est détenue par les salariés, a ouvert son capital à quelques business angels. La start-up Okast a été incubée chez Paris&Co, TF1 et Audiens.

■ ■ ■ et business qui perdura au-delà de la crise et qui pourra bénéficier aux films qui ne sortent pas en salles.

Quelles sont les perspectives sur 2021 ?

CM : Avec le pic de nouveaux clients, la société a connu en 2020 une très forte croissance, de 300 % environ. L'habitude de la vidéo s'est bien installée, nous constatons peu d'érosion dans notre portefeuille clients. J'anticipe 2021 comme une année de consolidation, sur le live streaming par exemple. Depuis mars dernier, beaucoup d'artistes et d'entreprises ont eu recours à nos outils pour organiser des concerts ou monter des conférences et des événements en ligne. La crise a accéléré la transformation numérique, et pas seulement en France. Notre stratégie se focalise principalement sur l'Europe, avec des pays cibles comme le Royaume-Uni, les pays d'Europe de l'Est et la Turquie.

« Proposer des chaînes linéaires permet de fédérer des catalogues et d'attirer un public supplémentaire. »

Comment expliquez-vous le retour au linéaire ?

CM : De plus en plus de plateformes OTT proposent des chaînes conçues à partir de catalogues dont les contenus ont été relinéarisés. Qwest TV a ainsi lancé trois chaînes linéaires AVOD sur les Smart TV Samsung, construites à partir de son offre. Cela permet de fédérer des catalogues très larges et d'attirer un public supplémentaire.

Cette période est aussi propice à la diversification des clients et des industries. Que représentent les grands comptes et le monde de l'entreprise dans votre activité ?

CM : La crise a un impact sur le profil des nouveaux clients. Nous accompagnons, et c'est nouveau, différentes fédérations sportives comme la Fédération de tennis de table et celle des sports automobiles via Rallye TV, ainsi que des pure players dans leur lancement

de plateformes dédiées à leurs licenciés et au grand public. Les grands comptes représentent pour l'instant 10 % du chiffre d'affaires. Mais c'est une verticale que nous développons. Nous discutons actuellement avec des groupes installés dans l'alimentaire et la santé. Ces derniers mois ont joué un rôle déclencheur et renforcé le recours à la vidéo comme moyen de communication, comme aide aux ressources humaines. De nombreuses entreprises souhaitent aujourd'hui exploiter leur patrimoine vidéo et élargir leur activité en ligne. On l'a constaté pendant le confinement dans le domaine du coaching bien-être, du yoga. L'intérêt pour le live streaming est croissant dans le cadre d'événements.

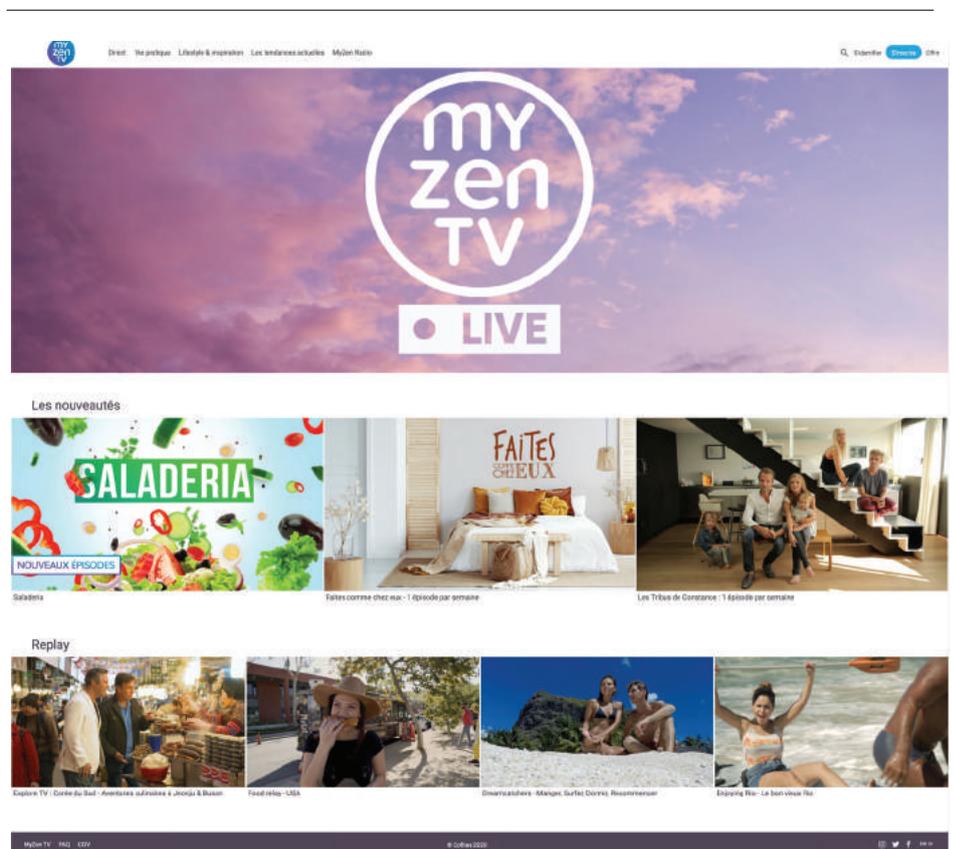
Quel rôle joue la R&D ?

CM : Il est essentiel. L'entreprise compte 15 personnes et consacre plus de 70 % de son activité à la R&D. L'optimisation permanente est nécessaire pour rendre nos outils plus efficaces et mieux

comprendre les audiences, pour monétiser les contenus et offrir un cadre pragmatique aux clients. Okast.tv est devenu un service avec de nombreuses fonctionnalités² (live chat, instant replay, live VOD, moteur de recommandation...) et des options selon que le client souhaite être lié à un modèle de monétisation ou de publicité. Si l'éditorialisation fait la différence, notre cœur de métier reste le travail sur la data. Nos données fournissent des tendances et aident les clients à déterminer leur stratégie de déploiement multicanal (applis TV connectées, mobiles), à choisir entre Chromecast, AirPlay ou Amazon TV. ■

Propos recueillis par
Pascale Paoli-Lebailly

² En novembre 2020, Okast s'est associée à Bitmovin, fournisseur américain d'infrastructures vidéo pour les entreprises de médias numériques. Les technologies de Bitmovin permettent aux plateformes OTT clientes d'Okast de proposer un contenu de streaming en live et en VOD de haute qualité.



myZen TV, au même titre que Melody d'Afrique, Melody et Museum TV, bénéficient de services OTT fournis par Okast, prestataire du groupe Secom.