

Date : 11/05/2007

Source : www.atelier.fr

Auteur : Mathilde Cristiani



**"Nous proposons aux auteurs
de les connecter avec le monde des médias,
mais aussi de faire partie d'une communauté de créateurs".**

Entretien avec Claire Leproust, directrice marketing d'EyeKa, une plate-forme de diffusion de créations d'auteurs.

L'Atelier : Quelle est l'activité d'EyeKa?



Claire Leproust : EyeKa est une jeune société de partage et de diffusion de créations d'auteurs, qui souffle aujourd'hui sa première bougie. Nous avons ouvert notre site Web et mobile début mars, et commencé à communiquer début avril. Notre vocation est de proposer à des créateurs photo et vidéo, qu'ils soient amateurs passionnés, étudiants ou professionnels (freelances ou producteurs) de venir exposer leur travail sur notre plate-forme. Nous leur donnons la possibilité de les connecter avec le monde des médias, mais aussi de faire partie d'une communauté de créateurs.

L'Atelier : En quoi vous différenciez-vous des plates-formes comme YouTube et MySpace?

C.P : Notre positionnement est différent de celui des plates-formes communautaires comme MySpace ou DailyMotion.

Tout d'abord nous ne sommes pas une plate-forme ouverte. Nous ne nous adressons qu'aux créations, c'est-à-dire à la production au sens large, soit toute création d'esprit (de photos qui ont figé des moments dans la rue à des vidéos reportages jusqu'à des fictions et des programmes plus sophistiqués, étant donné que la vidéo propose majoritairement des

Contact Presse :

Olivia Omnès
Ballou PR
tél. : 33 (0)1.42.22.97.42
mail : olivia@balloupr.com

Contact EyeKa :

Magali Gatel
Mob. : 06.62.65.86.80.
tél. : 33 (0)1.44.76.80.82.
mail : magali.gatel@com

programmes courts). Nous ne sommes pas ouverts aux particuliers qui mettraient leurs photos de famille, aux marques qui viendraient mettre leurs pubs de lancement d'un nouveau produit ou aux séries piratées.

En résumé, Eyeka a une cible principale, qui est celle des créateurs. Pour y parvenir nous modérons et éditons tout en amont, c'est-à-dire que tout ce qui figure sur le site a été visionné. Nous alertons également les auteurs sur le fait que, même si rien ne sera jamais totalement parfait, ils doivent être propriétaires de ce qu'ils font. Puis nous mettons à leur disposition un certain nombre de services, des conseils auprès de collectifs de droits d'auteur à des lettres types sur le droit à l'image pour demander à quelqu'un qui figure dans une vidéo son autorisation. Voilà notre principale différence, qui fait que l'on s'intéresse vraiment à la communauté des créateurs et pas à tout le monde.

Et puis les sites comme YouTube, qui proposent tous types de contenus, peuvent être utiles aux artistes en terme de visibilité. Mais ils dévalorisent leur travail, tant par la gratuité que par la proximité avec d'autres contenus. Eyeka assure la distribution des programmes qu'on lui a confié auprès des médias, sachant que ceux-ci diffèrent en fonction du type de contenus, photos ou vidéos. Nous pouvons en effet toucher aussi bien des agences et des magazines pour la photo que des chaînes de TV, des sites Web, et des FAI pour leurs plates-formes de VoD en ce qui concerne la vidéo, ou encore des galeries et des lieux physiques.

L'Atelier : Mais un jeune créateur peut également être remarqué sur les plates-formes communautaires!

C.P : Effectivement, et la question de la visibilité est importante. Car en mettant leurs créations sur les plates-formes de partage de vidéo, ces artistes recherchent à être en contact avec des professionnels, à montrer leur travail et à acquérir une certaine notoriété. Et c'est vrai qu'il est très plaisant d'être vu par le public. Mais selon les auteurs, les priorités sont plus ou moins marquées. Certains créent juste pour être vus. D'autres veulent faire de leurs productions leur métier et/ou de gagner de l'argent grâce à elles.

Nous accueillons ceux qui font partie de cette deuxième catégorie. En effet, les auteurs qui sont chez nous, sauf cas particuliers lorsque l'on repère un talent et que l'on passe un accord différent avec lui en lui versant un minimum garantie ou en le présentant à un producteur ou une chaîne, sont là à titre non exclusif. Donc on peut avoir des artistes qui sont à la fois sur DailyMotion et sur Eyeka, avec la différence que nous les exposons plus que ne le font les réseaux sociaux.

L'Atelier : Quels sont les contenus disponibles sur Eyeka?

C.P : Nous disposons aujourd'hui de vidéos et de photos, ces dernières étant majoritaires, ce qui n'est pas anormal, étant donné qu'il y a plus de photographes que de vidéastes.

Contact Presse :

Olivia Omnès
Ballou PR
tél. : 33 (0)1.42.22.97.42
mail : olivia@balloupr.com

Contact Eyeka :

Magali Gatel
Mob. : 06.62.65.86.80.
tél. : 33 (0)1.44.76.80.82.
mail : magali.gatel@com

D'une manière plus générale, la production photographique dont nous disposons est assez vaste, du reportage à la mode, en passant par le street art à des photos beaucoup plus graphiques ou de voyage. En ce qui concerne la vidéo, nous avons beaucoup de fictions et de reportages documentaires et, présidentielle oblige, de vidéos qui lui ont été consacrées. Les artistes que nous hébergeons sont plutôt, pour la vidéo, en devenir professionnel que des amateurs stricto sensu, et souvent des amateurs pour la photo.

Comme nous venons de démarrer, il est encore difficile de voir ce qui se vendra le mieux. Pour le moment, nous avons vendu à une chaîne de TV (NT1), un site Internet (20 minutes) et à un opérateur pour son portail VoD (Club Internet), une série qui s'appelle World of Electors. L'auteur a fait de vraies interviews dans la rue, en pleine campagne présidentielle, puis les a illustrées avec les personnages du jeu vidéo The Movie. Ce type de création s'appelle le machinima, et met en parallèle la réalité des interviews et une réalité virtuelle.

En ce qui concerne la visibilité, nous avons deux manières de présenter et de mettre en avant les contenus dont nous disposons. En amont, chaque fois que nous avons modéré une vidéo, nous l'éditons, ce qui signifie vérifier que l'indexation (l'attribution de mots-clés à chaque programme) est bien faite, ou alors nous donnons la liberté à l'auteur de mettre des tags. Puis nous notons de 1 à 5 les contenus, qui remontent ensuite en fonction de la note attribuée.

Nos critères de jugement qualitatifs sont doubles: à la fois l'intérêt créatif de ce qu'on voit, et la probabilité de revendre les contenus.

Et puis nous organisons des concours. Nous venons d'ailleurs de lancer un prix lié à la culture urbaine, Street, avec environ 400 concurrents en lice.

L'Atelier : Comment rétribuez-vous les gagnants des concours que vous organisez?

C.P : Nous ne faisons pas gagner de l'argent en tant que tel. Les prix prennent la forme d'un à valoir garanti sur la rémunération versée en supplément à l'artiste dans le cadre de la distribution de son programme. Dans le cadre du concours Street, le gagnant aura 2 000 euros pour une série de photos. Nous avons également lancé un prix sur les séries courtes, secteur sur lequel nous voulons nous positionner. Si ces formats sont adaptés au Web et au mobile, il n'y a encore que peu d'acteurs qui se positionnent sur leur financement en dehors de quelques gros portails qui trouvent des annonceurs. Mais ce n'est pas encore rentré dans les mœurs ni considéré comme un vrai format. Le premier prix que nous proposons est de 10 000 euros, et le deuxième de 5 000 euros, toujours en à valoir sur la production de la série et la distribution que l'on en fera aux médias.

L'Atelier : Quels sont les médias qui s'intéressent à vos contenus?

Contact Presse :

Olivia Omnès
Ballou PR
tél. : 33 (0)1.42.22.97.42
mail : olivia@balloupr.com

Contact Eyeka :

Magali Gatel
Mob. : 06.62.65.86.80.
tél. : 33 (0)1.44.76.80.82.
mail : magali.gatel@com

C.P : D'abord les opérateurs mobiles, puis des portails Internet, qui aujourd'hui souhaitent également faire la différence par le contenu et être plus proches de leurs cibles sans passer par de gros accords de licence. Nous avons aussi des accords avec des chaînes de TV. Nous sommes enfin en train de conclure divers partenariats avec des médias. Beaucoup de choses sont encore à construire, mais nous avons par exemple remarqué que les marques sont très sensibles aux contenus amateurs de qualité, qui leur permettent de faire des appels à la création auprès de leurs clients, dont certains sont créateurs. Cette méthode donne l'occasion à ces jeunes artistes d'être valorisés et à certaines marques d'exposer les contenus reçus.

Nous avons un très bon accueil vis-à-vis de ces marques, généralement liées au monde de la vidéo et de la photo, ou qui s'adressent à des populations jeunes, dans le monde sportif ou autre.

L'Atelier : Eyeka existe aussi en version mobile. Quelle est la valeur ajoutée d'un positionnement sur le téléphone portable?

C.P : Elle est double. La première est que, avec les réseaux haut débit, les usages de consommation de la vidéo sont en train de croître. Deuxièmement, nous manquons encore cruellement de formats courts, puisque le catalogue existant de programmes audiovisuels ne correspond pas à des moments de consommation courts sur le mobile. Il y a également le fait que les auteurs peuvent regarder et suivre ce qu'ils ont mis depuis leur téléphone, et montrer leurs productions à qui ils veulent quand ils le souhaitent. Nous avons également la ferme intention d'être un acteur important de fourniture et d'édition de contenus mobiles pour les opérateurs, parce que nous croyons à ces formats.

L'Atelier : Quel est votre modèle économique et comment rémunérez-vous les auteurs?

C.P : Notre modèle économique est triple. Le premier, encore en chantier, consiste en des accords avec des gros comptes pour fournir toute la prestation, qui inclut la plate-forme technique jusqu'au recrutement de talents, l'édition et la mise en forme de leurs contenus. Le deuxième est en rapport avec les marques, à qui nous proposons d'organiser sur Eyeka des appels à création. Dans ce cas-là nous prenons tout en main, du recrutement des auteurs à la modération et la mise en avant de ces auteurs. Enfin, le dernier concerne la vente des contenus eux-mêmes, sachant que l'on part du principe que nous conservons 50% des sommes perçues, déduction faite de quelques frais de distribution. Nos auteurs bénéficient des 50% restant.

L'Atelier : Les auteurs avec qui vous travaillez s'engagent-ils avec vous ou êtes vous l'intermédiaire qui les mène jusqu'à un producteur ou un média?

Contact Presse :
Olivia Omnès
Ballou PR
tél. : 33 (0)1.42.22.97.42
mail : olivia@balloupr.com

Contact Eyeka :
Magali Gatel
Mob. : 06.62.65.86.80.
tél. : 33 (0)1.44.76.80.82.
mail : magali.gatel@com

C.P : La situation n'est pas manichéenne et nous ne sommes pas agents d'individus. Notre premier desiderata est de constituer une communauté large. Le deuxième que se constituent de jolies histoires autour de certains talents, et que l'on puisse capitaliser à un moment donné sur ce qu'ils font. Maintenant, ce n'est pas parce qu'on les aura aidé à se faire connaître qu'ils resteront chez nous indéfiniment. Mais si les auteurs que nous avons accueillis disent être passés sur Eyeka, c'est une autre manière de faire parler de nous.

L'Atelier : Finalement, vous définissez-vous plus comme une plate-forme communautaire ou de production?

C.P : Je dirais que nous sommes une plate-forme communautaire de connexion et de distribution, et pas de production. Cela ne nous empêchera cependant pas de nouer des accords avec des producteurs pour amener nos auteurs vers plus de valeurs ajoutées, ni parfois d'aider à ce que de tels projets existent.

L'Atelier : Pensez-vous que la découverte de talents sur Internet, puis leur réappropriation par les médias traditionnels, s'imposera dans l'avenir comme le circuit prépondérant de distribution des contenus?

C.P : Définitivement. Internet sert à accélérer ce qui peut être désintermédié et qui finalement, dans la vraie vie, est parfois difficilement accessible. En ce qui concerne la vidéo, le marché de la distribution est certes organisé, notamment avec les salons de rencontre, mais il n'en demeure pas moins que pour certains producteurs, il est très compliqué de distribuer leurs droits au-delà de ce qu'ils ont fait en France. Nous croyons que toute plate-forme de distribution on-line à destination des professionnels qui va commencer à voir le jour aura une vraie chance de toucher un public. Du côté des mobiles, c'est encore un cauchemar d'aller chercher des contenus adaptés. Et il est tout aussi difficile pour les gens qui produisent ce type de contenus de les vendre aux opérateurs. Il y a encore beaucoup de choses à inventer!

Propos recueillis par Mathilde Cristiani (Atelier groupe BNP Paribas)

Lien direct :

<http://www.atelier.fr/tribune/proposons,auteurs,connecter,monde,medias,aussi,faire,partie,communaute,createurs-34406-Tribune.html>

Contact Presse :

Olivia Omnès
Ballou PR
tél. : 33 (0)1.42.22.97.42
mail : olivia@balloupr.com

Contact Eyeka :

Magali Gatel
Mob. : 06.62.65.86.80.
tél. : 33 (0)1.44.76.80.82.
mail : magali.gatel@com