

Date : 16/11/2007

Source : L'Expansion.com

Auteur : Gilles Musi



Eyeka organise le marché des images d'amateurs

Cette bourse d'images en ligne met en relation des vidéastes et des photographes amateurs ou semi-professionnels et des acheteurs des médias.

Poster ses photos ou ses vidéos sur YouTube, MySpace ou Flickr c'est, pour un amateur, la possibilité d'accéder à une audience qui se chiffre en dizaines de millions de visiteurs. Si le miracle se produit, il sera peut-être repéré par un journal, une télé ou un site Internet. Eyeka, fondé l'an dernier par le serial entrepreneur Gilles Babinet et Franck Perrier, a décidé de les aider à forcer le destin. Cette place de marché en ligne veut mettre en relation les créateurs et les acheteurs des médias.

Si le site n'exclut personne a priori, il vise tout de même d'abord les amateurs éclairés et les photographes ou vidéastes professionnels. Ils peuvent poster gratuitement leurs oeuvres sur Eyeka en ouvrant un compte. Mais il restent libre de les proposer ailleurs car il n'y a aucune exclusivité. Pour la commercialisation, Eyeka leur demande en revanche de choisir un barème de prix (professionnel, amateur...).

Fiche d'identité : Eyeka

Domaine d'activité : Place de marché de contenus multimédia

Année de création : 2006

Effectifs : 20

Dirigeant : Sadek Chekroun

Fondateurs : Gilles Babinet et Franck Perrier

Capital : 68 500€ Levée(s) de fonds : 5M€, en 2006 avec DN Capital et Ventech

Actionnaire(s) : Fondateurs et fonds d'investissements

Chiffre d'affaires 2006 : n.c.

Concurrents :

- Sur le segment fournisseurs de technologie : Kewego (Fr), Scroon (Fr)
- Sur le modèle publicitaire : Metacafe (US), BrightCove (US)

EYEKA :

46, bis Rue N.D. des Victoires
75002 PARIS
tél. : 33 (0)1.44.76.80.80.
mail : contact@eyeka.com

Contact Eyeka :

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

Photos et vidéos sont évaluées en permanence par un comité d'éditeurs qui les valide (ou non) et les note. Cette première note ajoutée à celle de la communauté des internautes d'EyeKa influe sur la promotion, le meilleur classement bénéficiant naturellement d'une plus grande visibilité. Autant dire que les dernières photos des vacances familiales n'ont guère droit de cité sur EyeKa. A fortiori si elles s'accompagnent d'un flou n'ayant rien d'artistique! Les auteurs sont rémunérés dans le cadre d'un partage des revenus 50/50 si leurs oeuvres sont achetées en téléchargement. A ce montant s'ajoute un pourcentage sur le temps de diffusion dans le cas où ces contenus sont diffusés sur une WebTV, voire une TV Mobile puisque la plateforme d'EyeKa est également adaptée à la diffusion sur téléphone portable. A noter que les contenus diffusés par EyeKa sont protégés par la législation sur les droits d'auteur.

Plus original, le site organise aussi des concours et héberge des appels à la créations. L'un des derniers en date figurant sur la page d'accueil concerne la nouvelle plate-forme musicale SoundTribes, lancée par l'opérateur mobile Orange pour promouvoir de jeunes artistes. Objectif : proposer aux talents vidéos précoces de réaliser sa publicité virale. Le clip sélectionné sera ensuite diffusé sur le Net et son auteur encaissera au passage 3000€.

« La plate-forme compte aujourd'hui environ 10 000 contributeurs, 70% de photographes et 30% de vidéastes. 80% d'entre eux sont des amateurs. Les 20% restants sont des professionnels : des petites sociétés de production, par exemple. Nous aidons tous ces utilisateurs à monétiser leurs contenus », explique Sadek Chekroun, le directeur général. Le catalogue photo va de la mode au street art en passant par le grand reportage ou les images de voyages, tandis que la vidéo concerne essentiellement des fictions et des reportages documentaires.

Parmi les acheteurs, on trouve des acteurs de la télévision comme le groupe AB. EyeKa a d'ailleurs vendu à NT1, l'une des 22 chaînes du groupe, une série baptisée World of Electors composée d'images de synthèse et de micro-trottoirs réalisés en pleine campagne présidentielle. Mais on note également la présence de Paris-Match, SFR, Canal+ ou Club Internet. « Le Festival des Francolies a également franchi le pas cette année en utilisant notre service pour lancer FrancoliesTV, car ils souhaitent engager le dialogue avec leur audience sur de nouvelles bases », fait remarquer le patron d'EyeKa.

A court terme, Sadek Chekroun s'attend aussi à bénéficier d'un intérêt croissant de la part de fabricants de matériel photo et vidéo ou d'articles de sport. Certaines grandes marques n'hésitent plus, en effet, à solliciter leur aficionados sur la Toile à l'occasion d'un nouveau produit. Lancer un appel à la création permet de nourrir un buzz et de s'assurer à peu de frais la participation de créateurs ravis de réaliser leur premier clip publicitaire. D'autant qu'EyeKa prend en charge la diffusion en fournissant des WebTV clés en main basées sur son player exportable et des infrastructures techniques : bande passante, utilisation de la plate-forme... « De plus en plus d'enseignes vont s'engager dans cette nouvelle forme de marketing et bâtir leur WebTV, car elles cherchent à interagir avec leur communauté, affirme Sadek Chekroun. Sur YouTube ou Dailymotion, elles sont noyées dans la masse. »

Lien direct : http://www.lexpansion.com/economie/actualite-high-tech/eyeka-organise-le-marche-des-images-d-amateurs_133216.html

EYEKA :

46, bis Rue N.D. des Victoires
75002 PARIS
tél. : 33 (0)1.44.76.80.80.
mail : contact@eyeka.com

Contact EyeKa :

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