



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Grandeur et décadence des foires aux startups – 4

Le contenu est-il roi ? Oui si l'on en juge par le nombre de startups présentes à TechCrunch 50 et DemoFall ! Que ce soit pour le créer, le partager, l'agréger ou le rechercher. Mais imaginons un peu l'enfer de son poste de travail en installant tous ces outils !

Le texte, la musique, les photo et les vidéo sont des médias à part entière et gérés comme tels, mais aussi des objets destinés à être partagés dans les réseaux sociaux. La commoditisation des contenus brouille le marché en multipliant ainsi les sites web où l'on peut gérer ces différents médias. Cela reste tout de même un secteur où les innovations d'usage sont encore fréquentes. Elles sont le plus souvent destinées à être intégrées dans les sites leaders du marché (réseaux sociaux, moteurs de recherche, etc).

Médias

Dans ce domaine, l'imagination abonde pour créer des systèmes d'**agrégation d'informations** qui trient plus ou moins intelligemment les contenus dans l'immensité de l'Internet pour les adapter aux besoins plus ou moins explicites des Internautes, en y ajoutant des composantes de réseau social. Je ne donne pas cher de la peau de ces startups qui auront du mal à toucher un public large. Mais des innovations de rupture ne sont pas hors de portée pour autant, l'agrégation de flux RSS étant toujours une affaire de gens plus ou moins "geeks". Allons-y :

- **Ångströ** vous alimente en informations à *propos* de vos amis de vos divers réseaux sociaux (s'ils publient eux-mêmes ou sont eux-même le sujet de couverture médiatique). Cela rappelle furieusement ce que fait **FriendFeed** qui fait fureur depuis le début de l'année. C'est une fonctionnalité destinée à être intégrée dans des services professionnels tels que LinkedIn. Dans le même ordre d'idée, **Social Median** est une sorte de Wikio ou de Digg où des groupes d'utilisateurs partagent les informations intéressantes dans leur domaine. On reçoit alors les informations sélectionnées par ses amis sur nos propres sujets d'intérêt.

- **Popago** où l'utilisateur indique ses comptes utilisateurs dans les principaux réseaux sociaux (sans le mot de passe). Le site génère un profil automatique avec les sujets d'intérêt de l'utilisateur, après pompage des tags de vos publications, avec un égaliseur pour affiner le profil. L'outil filtre alors le web en présentant des sources d'information. C'est une sorte de lecteur RSS personnalisé automatiquement. Pigné ? Autant utiliser un bon lecteur RSS pour éviter la prise de tête !
- **Alerts.com** et ses alertes exploitant vos diverses sources d'informations, certaines étant proposées par le site (prix de l'essence, informations, météo, horoscope, sport, rappels d'anniversaires, etc). Les alertes paramétrées par vos soins – quelque peu difficilement pour l'instant – vous sont envoyées au choix par email, affichées dans un widget sur votre bureau, envoyées par SMS et même par messagerie vocale. Complétées par quelques publicités car il faut bien vivre ! La startup américaine est dirigée par le français Pascal Stoltz.
- **LiveHit** qui permet de suivre en temps réel les musiques, vidéos et sites de contenus utilisés par les internautes. Probablement plus intéressant pour les professionnels du secteur qui veulent suivre les tendances que pour les Internautes eux-mêmes. A quoi bon être temps réel ? Certains passent déjà assez de temps pendus à leur compte Twitter !

Dans le bizarre, il y a aussi ces tentatives de perfectionner les contenus disponibles dans le wild space du web et dont le modèle économique reste probablement à inventer :

- Avec **SpinSpotter** et son "détecteur de bullshit" dans les informations en ligne qui se superpose aux sites existants (et on peut éditer les textes bullshités). Il est basé sur un algorithme et des contributions utilisateurs et nécessite l'installation d'une barre d'outils dans le navigateur (en fait, seul Firefox 3 est supporté). Probablement utile pendant cette campagne électorale présidentielle américaine tout autant sérieuse que trash (exemple ci-dessous, le bullshit étant détecté en surlignage rouge et lorsque l'on clique dessus une popup présente des commentaires de lecteurs avec un morceau de Google AdSense dedans) ! Mais à la longue cela doit user : on ne peut pas passer son temps à lire tous ces commentaires !

SpinSpotter ON See Spin Spin Level Create Marker Share Article Email Article Settings Spinoculars Help 9 Markers Found 9 Show

Next up: Biden and Palin debate L... X

Set your CNN.com Edition CNN U.S. CNN International SET EDITION

ElectionCenter2008

updated 4:57 p.m. EDT, Sat September 27, 2008

Next up: Biden and Palin debate in St. Louis

STORY HIGHLIGHTS

- Sen. Joe Biden and Gov. Sarah Palin to debate Thursday in St. Louis, Missouri
- Biden is long-serving senator with lots of experience in the public eye
- Palin is relative newcomer to national scene; has done three national interviews
- John McCain, Barack Obama completed the first of their three debates Friday

Next Article in Politics »

READ VIDEO

(CNN) – Now that Sens. Barack Obama and John McCain have their first presidential debate out of the way, the focus turns to their running mates.

Sen. Joe Biden and Gov. Sarah Palin will face off Thursday at Washington University in St. Louis, Missouri.

There's a lot of anticipation surrounding the VP debate because Palin has remained largely silent in her first month on the campaign trail.

Although Biden has a reputation for impetuous and brutally honest remarks, he's also a long-time senator with decades of experience in the public eye.

As chairman of the Senate Committee on Foreign Relations, the 65-year-old Delaware senator is well versed on foreign policy.

Biden has done nearly 100 interviews since being picked as Obama's VP on August 23.

Palin, on the other hand, did her third interview with a national television network last week. (P)

Most Popular

STORIES

Most Viewed Most Emailed Top Searches

- 1 Simpson jury: Witnesses sketchy
- 2 Homelessness up as economy drops
- 3 Fey plays Palin for third week
- 4 Snow halts Fossett crash site work
- 5 Statements coming in Palin probe
- 6 "Milkshake murder" appeal denied
- 7 Bank failure rate sure to rise
- 8 Obama: McCain's distracting voters
- 9 Man's barklike limbs baffled docs

- Dans la même veine, il y a DotSpots qui propose une nouvelle forme de "journalisme citoyen" consistant à créer une couche d'annotation des articles notamment ceux qui sont syndiqués (donc, distribués sur plusieurs médias). C'est intéressant du point de vue de l'usage mais que se passerait-il s'il était déployé à grande échelle ? Cela serait une véritable cacophonie sur les sites modifiés. Cela nécessite évidemment un plug-in dans le navigateur.



Et dans le pire, BlahGirls, un site soutenu par l'acteur roi de la beaugossitude, Ashton Kutcher. C'est un site d'informations "people" présenté par trois ados en personnages animés résumant l'actualité du jour. Pour les teenagers américains, donc je ne peux pas trop comprendre !

Bref, en l'état, pas un service que je serais tenté d'utiliser au quotidien sauf peut-être le premier !

Musique

Ca se calme un peu dans le domaine – les déboires de Pandora refroidissent – et il se professionnalise quelque peu :

- Un système de recommandation, **The Echo Nest**, qui permet de faire de la recherche et de la recommandation de musique basée sur les caractéristiques de la musique (tempo, etc). Il analyse la musique automatiquement pour les sites de publication de musique. Le site fournit des APIs pour les développeurs des sites de partage de musique. C'est le genre de fonctionnalité qui doit être déjà mise en oeuvre dans des sites comme LastFM et Pandora.
- Avec les solutions de production musicale collaborative de **MixMatchMusic** et **Bojam** qui récupèrent des morceaux de divers musiciens dans un logiciel séquenceur. J'avais vu un équivalent dans le keynote d'Intel au CES2008.
- La solution de "business analytics" pour la consommation musicale de **Band Metrics** qui mesure la popularité des groupes et musiciens en se basant sur des techniques de web sémantique. Très intéressant pour les maisons de production dans le secteur et les radios, télévisions et sites de musique en ligne.
- Et **Grooveshark**, un système alternatif (à iTunes?) de distribution de musique "légale" en mode P2P. Et **KIDOS** est un iTunes pour les familles avec de jeunes enfants, ce qui leur évitera de tomber sur les Sex Pistols.

Photo

Voici quelques startups qui vont bientôt intégrer la version PDF de ma **série d'articles** sur l'écosystème des logiciels photo :

- Le **partage et la publication** de photos en ligne fait toujours beaucoup d'émules. A commencer par **Fotonauts** qui est un site original de partage de photos avec enrichissement de contenus et fonctions sociales ([couvert ici](#)), **Photothread** qui présente les photos selon la dimension chronologique (comme si on allait choisir un système de ce type pour juste UNE fonctionnalité de ce genre...), **LifeSnapz** qui se propose de rassembler les photos d'événements provenant de plusieurs contributeurs, **PicMe** de **Raizlabs** (*ci-dessous*), un site de partage associé à un un outil de navigation 3D dans des albums photos, une application client riche qui a l'air bien rapide et attrayante. Mais cela pourrait aussi bien être une simple fonctionnalité de Picasa ! Enfin, le logiciel desktop **ILovePhotos** de **Blue Lava Technologies** gère et partage vos photos, avec reconnaissance de visages, diaporamas... mais juste pour Macintosh (version Windows prévue en 2009). On voit dans cette catégorie que le logiciel desktop a encore sa raison d'être !



- Les solutions de publication destinées aux **cadres numériques** chez **Trinity Convergence** et **UGA Digital**

avec ou sans fonction d'hébergement. Ces "feature companies" répondent à un besoin nouveau d'un marché en pleine éclosion. A mon sens, ces fonctions seront rapidement intégrées dans les sites de partage standards ou les sites de tirage papier de photos, qui constitueront donc des cibles idéales pour la "sortie industrielle" de ces startups.

- Dans le "me-too" : une nouvelle place de marché de photos, **Photrade**, avec rien de très innovant par rapport à Fotolia et autres sites du même genre. L'ergonomie du site n'est même pas différenciée. Et **Moonjee**, la n+1ième société qui propose des outils de modification de photos en ligne comme le morphing.

Vidéo

Pas mal de startups cherchent à jouer un rôle de désintermédiaireur dans le marché de la vidéo, du fait de la profusion de ce format sur Internet. Ce marché reste cependant difficile à monétiser, le leader YouTube ayant déjà bien du mal (il coût trois à quatre fois plus qu'il ne rapport à Google!), alors tous les autres acteurs... aussi !

Qu'avions-nous à nous mettre sur la dent ?

- Des **guides de programmes** adaptés aux contenus web et TV avec **beeTV** (Electronic Program Guide avec fonction de recommandation qui fait partie d'une suite logicielle complète de télévision sur IP), **ffwd.com** (un service web de navigation dans des catalogues vidéos adapté à la webTV) et **Invision TV** avec un moteur de recherche et de recommandation de vidéos du web disposant d'une interface très visuelle et interactive. Ce type de service est fondamental et le sera de plus en plus au gré du remplacement de la télévision "broadcastée" traditionnellement par de la télévision nous arrivant par le canal Internet.
- Des **outils de production** avec **FiveSprockets** (GPAO web pour la production de contenus vidéo) et **Ved.io** (combinaison de vidéos avec d'autres contenus).
- Des **outils de diffusion et de publication** : **Vusion** (distribution vidéo HD sur le web avec codec propriétaire, un concurrent de **Move Networks**), **MeDeploy** (système de distribution et de publication de contenus vidéo en download, notamment vers les réseaux sociaux, les mobiles, les set-top-boxes), **RemoTV** qui permet la publication de vidéos, photos, musique sous forme de chaine TV streamée multidevices. Et du rating des contenus par les utilisateurs. Une sorte de Orb Networks avec un peu de social dedans) et enfin, **MobiScores** de **LooseHead Software**, un système de publication dédié aux événements sportifs qui permet de publier et partager rapidement les vidéos d'événements sportifs prises avec son mobile. Sorte de Seismic adapté à un marché vertical et une solution très américano-centrique pour les "hockey moms"...
- Deux "me-too" avec **PopScreen**, une application de social bookmarking de vidéos, et **RealNetworks, Inc.** et son outil de sauvegarde de DVD sur PC. Une catégorie d'outils qui existe depuis déjà bien longtemps. Il était présenté par le CEO Rob Glazer. Un peu en retard d'un cycle, avec l'arrivée des DVD HD et de la vidéo à la demande ! Et qui lui vaut au passage un **procès de la MPAA**.
- Et une solution professionnelle d'**affichage de vidéo 3D** multidirectionnelle (360°) chez **Micoy Corporation**. Qui fonctionne avec des lunettes polarisées et la traditionnelle vision stéréoscopique. C'est visiblement un éditeur de logiciel qui cherche des partenaires industriels pour mettre en oeuvre sa solution. Un bon partenaire potentiel pour Dassault Systèmes. Et qui fera peut-être des merveilles dans les parcs

d'attraction comme le Futuroscope (*vue d'artiste ci-dessous*). En tout cas, le monde de la 3D est en pleine ébullition et le prochain CES devrait voir pas mal de constructeurs se battre sur ce champ de bataille.



Publication de contenus

Avec pas mal d'outils de publication de contenus non spécifiques à la vidéo, à la photo ou la musique :

- Le “**repackaging de médias**” est à la mode. Avec **Koollage, Inc.**, qui crée des packages de contenus rich-media sous forme de mini-slideshows. **Ubuket** qui propose un player récupérant tous les contenus médias que vous publiez sur Internet (Youtube, Picasa, Photobucket, Flickr, ...) pour les présenter dans un widget qui tourne sur PC, iPhone, Facebook et d'autres réseaux sociaux. Enfin, **Kronomy**, qui structure vos contenus (uploadés) sous forme de chronologie. Une belle feature company qui ne devrait pas tenir bien longtemps. Après, reste à trouver le petit trou de souris dans lequel injecter de la publicité pour faire vivre ces petites affaires !
- Une **plateforme de publication** de blogs au format “magazine” : **OpenZine**, qui intègre notamment un éditeur d'images avec moult effets spéciaux et évidemment l'import de vidéos de YouTube. Ils appellent cela le “social magazine”. C'est une approche évolutive du concept de blog à laquelle on ne devrait pas échapper et qui dans ce cas là évite les soucis d'intégration, comme l'ajout de plug-ins dans WordPress.
- Le Youtube des “charts”, **iCharts**, permet de créer des graphes dynamiques en ligne, de les partager et de les republier sur ses propres sites. Ça a l'air véritablement utile pour ceux qui publient du contenu riche, y compris sur leur blog ! Mais quel modèle économique ? On peut naviguer dans le site par catégorie de charts. Développement en Inde et un bureau en Allemagne.
- La **modération de contenus** des sites comprenant de l'UGC (contributions utilisateurs) avec **ConTrust**, une startup qui fait penser à Scan & Target, un équivalent vu chez Scientipôle Initiative. Ces systèmes fonctionnant en marque blanche appliquent des filtres automatiques pour identifier les contenus illicites, piratés ou offensants à supprimer dans les commentaires et articles publiés par les Internauts. Avec une couverture plus ou moins grande des contenus texte, musique, photo et vidéos.
- L'**archivage** de fichiers en ligne avec **DOCCENTER** et **DropBox** (créé par des ex du MIT). Et puis **myBooo**, qui propose un service en ligne de synchronisation des données entre tous vos appareils numériques, qui s'appuie sur Citrix et la virtualisation. Dans le lot, un original avec **iterasi** qui archive les pages web, une manière de faire du social bookmarking fiable. Quel problème est-ce que cela résoud à grande échelle ?

- Des outils pour les **étudiants**: une plate-forme de partage de contenus (CMS) : **Kadoo Inc.** , et un outil de webcasting rich media focalisé sur le elearning (que de français...) avec **Momindum**.
- Un outil d'analytics pour savoir quels articles captent le plus l'attention dans un site ou un blog : **Statzen**. Je viens d'ailleurs de développer rapidement la même chose pour mon blog avec une dizaine de lignes de PHP/MySQL. Rendre un service à des "clients" (les bloggeurs) dont la majorité ne gagnent pas leur vie par ce biais ne me semble pas bien prometteur.

Et pour finir, **Plastic Logic**, un fabricant de systèmes électroniques sur substrats souples en plastique, proposant son eBook très design, de format entre A5 et A4 , tactile, et tout plat (moins d'un centimètre d'épaisseur, cf *ci-dessous*), pour l'instant en noir et blanc. L'usine est en Allemagne. On n'a ici affaire à une technologie, pas à un produit fini. A mon sens, les ebooks décolleront quand ils seront plats comme ceux là, que leur interface utilisateur sera effectivement tactile "à la iPhone" et qu'ils pourront afficher des contenus en couleur. Sans pour autant perdre leur autonomie actuellement garantie par des écrans LCD bistables, qui ne consomment du courant que lorsque l'utilisateur change de page.



Santé et bien être

Le marché de la santé attire toujours une petite proportion d'entrepreneurs avec des solutions diverses et variées que j'ai intégré dans cette classe de catégories (contenus) car c'est le plus souvent de contenus qu'il s'agit :

- **GoodGuide** est un portail d'information et une application iPhone sur la santé, l'environnement et l'impact environnemental et social des produits et des entreprises. C'est un peu le pendant grand public de **Rinen Open Trace**. Il y a de la demande côté consommateur pour ce genre d'informations. Mais quelle est la fiabilité des informations dans un sens ou dans l'autre ? Les sources d'informations sont des rapports divers et des bases de données. Il doit y avoir un gros travail de consolidation d'informations à réaliser pour faire vivre un tel portail. Et est-ce que le système peut avoir un modèle économique rentable ? En tout cas, le site est live et fonctionne bien... pour les USA.
- **Me-trics** est le truc le plus **inutile** du web 2.0 que l'on puisse imaginer : c'est un service qui calcule la corrélation entre son humeur, son poids, sa tension et l'usage de sites web 2.0 comme Facebook. C'est une sorte de datamining de l'actualité et de la forme. On peut se définir des objectifs et ajuster ses habitudes de vie et d'usage des services Internet, puis surveiller le résultat. Le modèle économique est plus qu'incertain. C'est vraiment trop compliqué pour l'utilisateur moyen et pas véritablement utile sur le long terme. C'est un concurrent de MoodStats et de plein d'autres services équivalents. Et puis, qui a un tensiomètre à la maison chez les jeunes utilisateurs du web 2.0 ?

- **WebDiet** est un site de recherche de restauration basé sur la localisation proposant des repas équilibrés dans le voisinage. Il nécessite de construire un écosystème de tels lieux, ville par ville. Le problème dans la valeur d'usage est que le service n'a pas de valeur récurrente. Les citoyens ont des habitudes. Elles peuvent changer, mais une fois qu'elles se sont stabilisées, le système a moins de valeur. Il n'est donc utile que lors que l'on se déplace beaucoup, ce qui correspond à une faible part de la population.
- **watchMemelt.com**, un site communautaire de vidéos pour les personnes qui cherchent à perdre du poids. Ce genre de site pourrait être viable si les coûts de stockage et de streaming étaient supportés par des tiers (YouTube, autres) mais cela n'a pas l'air d'être le cas ici.
- **FitBit** et ses capteurs sans fil qui enregistrent toute son activité et les calories brûlées, la qualité du sommeil, la distance parcourue à pieds, etc.
- **911-ice**, un système de gestion des urgences sur le web, qui gère et appelle les contacts à alerter à partir d'un mobile pour les urgences. Un air de déjà vu.
- **Tesaris** et sa suite d'applications web "temps réel" destinées aux hôpitaux et centres de soins. C'est du "business to business" classique probablement intéressant aux USA où ce secteur d'activité est dans l'ensemble privatisé et très concurrentiel.

Recherche

Google fait toujours rêver. Non pas pour en créer un autre, mais pour créer des "feature companies" que Google ou l'un de ses avides concurrents pourrait racheter. Dommage pour ce qui concerne Google car s'ils achètent plein de startups, c'est rarement dans le domaine de la recherche ! Alors, que l'on cherche des gens, des vidéos, des photos ou des contenus pointus, il y a souvent une startup qui propose une solution spécialisée :

- **Infovell** creuse dans les tréfonds du web avec des requêtes "longues". Les résultats sont basés sur la substance et pas sur la popularité (ie: PageRank). Le moteur affiche les résultats sous la forme de graphes reliant les documents et les concepts associés. Le service qui sera payant semble destiné à la communauté scientifique et aux chercheurs. Ca a l'air prometteur.
- **VideoSurf** est un moteur de recherche de vidéos intégrant de la détection de visages. Il identifie les scènes où apparaissent des acteurs de cinéma. Les extraits trouvés sont présentés sous forme de film déroulé.
- **GazoPa** est un moteur de recherche d'images développé par Hitachi qui trouve des images similaires. Il y a plein de sites de ce genre et leur business model est assez orienté btob (recherche de contrefaçons, gestion des droits de photos avec royalties, sécurité, etc). L'application btoc présentée est aussi des plus classiques : recherche de produits similaires, notamment dans le fashion. On peut aussi dessiner une forme et trouver des objets qui ressemblent au schéma (ça marche avec un cas simple de tee-shirt). La recherche s'effectue aussi dans les images de vidéos.
- **Semanti** est un add-on de navigateur qui améliore l'expérience utilisateur dans les moteurs de recherche. Conçu pour les "searchoholics", il traite les ambiguïtés sémantiques de vos requêtes grâce à un dictionnaire intégré de plusieurs millions de termes. Il se présente sous forme de panel à côté des pages visitées et permet une recherche contextuelle dessus. Il semble reformater certains contenus pour les rendre plus lisibles. Mais visiblement, de manière spécifique aux sites les plus courus du web.

- **Intelius** cherche les “gens” en exploitant diverses sources d’information : bases publiques, annuaires, réseaux sociaux, annuaires professionnels (données offline ou online). Une sorte de méta-pages blanches.
- Et enfin, une société européenne inclassable et potentiellement très structurante pour l’Internet, **Telnic**, qui gère les domaines Internet en “.tel” et ambitionne de devenir un annuaire de personnes et d’entreprises universel basé sur l’infrastructure DNS de l’Internet, qui stocke les informations correspondantes (riches : intègrent par exemple les coordonnées GPS) en s’affranchissant de la gestion de quelque site web que ce soit. Ce qui est très pratique pour les mobiles. C’est aussi un concurrent des réseaux sociaux et de Plaxo. Des APIs (interfaces de programmation) sont proposées aux développeurs pour lire et écrire sur le DNS de ces domaines avec des exemples d’application en open source. TelNic gère la couche de présentation web de l’annuaire en interceptant tous les domaines en .tel. Mais, quid de la recherche dans l’annuaire ? Elle s’effectue au travers des moteurs de recherche traditionnels qui indexent le contenu de l’annuaire. Le business model de TelNic repose essentiellement sur la vente des noms de domaine en .tel, au travers du réseaux des “registrars” des noms de domaines. L’acquisition peut se faire sur une période qui va jusqu’à 10 années. Elle démarrera le 3 décembre 2008. Entre temps, son site web est prêt et très bien fait avec un grand nombre de vidéos explicatives (et avec une musique “royalty free” bien entraîante). La startup qui est en mode stealth depuis des années est financée notamment par le VC français Banexi Ventures qui pense être sur un “gros coup” ! C’est bien possible.

Prochain épisode : les réseaux sociaux.

Cet article a été publié le 6 octobre 2008 et édité en PDF le 16 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>