

Powder cherche à devenir aussi essentielle aux gamers que Twitch et Discord

Lancée sur l'AppStore il y a moins d'un an, l'application française Powder rassemble déjà 1,5 million d'utilisateurs. Sa plateforme permet aux joueurs de jeux vidéo d'éditer, monter et partager des mini-clips vidéo de leurs parties. Repérée par les investisseurs pour son potentiel de marché énorme, Powder vient de lever 14 millions de dollars.

Les lecteurs et lectrices de *Maddyness* ne seront pas surpris de ce coup de projecteur sur Powder, une application mobile (iOS, Android en bêta) et une plateforme en ligne (Xbox, PlayStation, Switch) qui permet aux joueurs de jeux vidéo d'éditer, monter et partager très simplement des mini-clips vidéos (30 secondes en moyenne) leurs parties. Ils avaient été prévenus. À l'occasion de la liste des 15 startups à suivre en 2021, Laura Roguet, investisseuse chez Korelya Capital, mais qui n'a pas de lien financier avec la startup, nous vantait un produit « *sexy, visuellement attrayant* » et une équipe qui a de « *l'ambition* ».

En ce début d'année 2021, Powder annonce un quatrième tour de financement de 14 millions de dollars, menée par Serena, avec la participation de General

Catalyst, Slow Ventures, Alven Capital, Bpifrance via son fonds Digital Venture, Secocha Ventures, Turner Novak et Kevin Hartz. Ce tour de financement porte le financement total de Powder à 18 millions de dollars après des levées en pré-amorçage et amorçage auprès de plusieurs fonds (Kima Ventures, Dream Machine, SV Angel, Seraam Invest, Farmers) et business angels.

Atteindre les 100 millions d'utilisateurs

Créée en 2018, Powder a lancé en avril 2020 sa plateforme sur iOS et revendique déjà 1,5 million d'utilisateurs, la majorité aux États-Unis. Pour l'instant, une quinzaine de jeux sont concernés dont Fortnite, Animal Crossing, Call of Duty, NBA 2K, FIFA, etc. À la différence d'un studio, Powder n'a pas la pression de créer un jeu qui réussit pour développer son activité. « *On est en soutien du secteur. Le jeu va faire naturellement grossir notre communauté* », juge le directeur général, Stanislas Coppin. Objectif de la startup : atteindre les 100 millions d'utilisateur·rice·s dans le monde.

Powder entend se placer entre deux géants du secteur du jeu vidéo – Twitch (Amazon) et Discord – en devenant elle aussi une app essentielle pour les 2,2 milliards de gamers friands de développer une communauté. Plateforme de streaming de jeux vidéos, Twitch se concentre sur les vidéos en direct de longue durée quand Discord est une application de messagerie textuelle et vocale. Powder cible un large panel de joueur·euse·s engagé·e·s et se concentre sur les clips vidéo courts et asynchrones. Pas besoin d'être un as du montage vidéo : la technologie de Powder vous propose des séquences en temps réel sur mobile, après la partie sur console.

À lire aussi

Voodoo, Dontnod... Les enjeux derrière l'arrivée de Tencent dans le jeu vidéo français

« *Nos modèles d'intelligence artificielle sélectionnent les meilleurs moments d'une partie qui sont sauvegardés automatiquement dans l'application. Ça peut être un succès dans le jeu ou lié à l'émotion du joueur, par la voix si le micro est allumé* », explique Stanislas Coppin, qui ajoute que la startup va « *bientôt travailler sur l'accéléromètre du téléphone* » afin de travailler sur le mouvement et être capable de détecter quand un·e joueur·euse appuie plus fort à un moment qu'un autre, signe d'une tension particulière. L'idée générale

de Powder est de faire naître des « clans » sur la plateforme, sorte de petits groupes privés pour que les joueur·euse·s s'échangent leurs contenus en toute sérénité.

Des fondateurs aux succès éprouvés

Basée à Paris et aussi installée aux États-Unis, Powder compte à ce jour une quinzaine de salarié·e·s et plusieurs freelances. Elle devrait profiter de cet apport financier pour recruter une vingtaine de personnes afin de développer son infrastructure technologique. En trois ans, les soutiens financiers – parmi lesquels on trouve des noms qui comptent dans la tech française et américaine – se sont bousculés au portillon. Il faut dire que les quatre fondateurs de Powder ont de quoi rassurer les investisseurs avec des références solides dans le domaine des jeux vidéos et réseaux sociaux.

Powder a ainsi été cofondée par Stanislas Coppin (CEO), le co-fondateur de Mindie, une application mobile pionnière de vidéos musicales avant même l'arrivée de TikTok ; Barthélémy Kiss (Chief Growth Officer), le co-fondateur d'Artomatix, le développeur d'un logiciel de création de contenu 3D aidé par intelligence artificielle, qui a été vendu à Unity, un moteur de jeu, en 2020 ; Yannis Mangematin (Chief Content Officer), qui était présent au début de Soixante Quinze, une société de production, et de Konbini ; et Christian Navelot (CTO), qui a dirigé l'équipe technique d'Emojam, une application d'emojis musicaux.

Pour l'instant, Powder est gratuit. Ensuite, la startup devrait basculer sur un modèle d'abonnement freemium – une partie gratuite, l'autre payante – dans le cadre duquel les créateurs de contenus pourront être soutenus avec une monnaie virtuelle, comme sur Twitch. Interrogé, Stanislas Coupin n'a pas souhaité en dire davantage. Il n'y aura a priori pas de publicité. « *On veut, en tout cas, avoir une croissance organique* », assure ainsi le dirigeant.