Le Media Lab TF1, catalyseur d’innovations pour accélérer le futur des médias

Depuis 2018, à raison de deux fois par an, le Media Lab du groupe TF1 accueille à Station F une sélection de startups choisies pour leurs solutions innovantes. La septième saison a démarré début septembre, avec l’arrivée de six nouvelles jeunes pousses prometteuses.

Temps de lecture : minute

---

5 octobre 2021

Année après année, données et algorithmes transforment chaque pan de la société. Les médias n'échappent pas à la règle, portés par des solutions qui offrent de nouveaux moyens de traitement ou de diffusion de l’information. Une évolution que le groupe TF1 entend mettre à profit pour améliorer la qualité de ses offres et mieux satisfaire ses utilisateurs.

Présenté par le groupe comme un catalyseur d'innovations au service des startups, c'est dans cette optique que le Media Lab TF1 a été conçu. Avec ce programme d’accélération implanté au cœur de Station F, la première chaîne privée française entend favoriser l'émergence de solutions d’avenir sur ses activités historiques comme l’information, mais aussi sur les autres filiales du groupe comme la production avec Newen ou le pôle digital Unify.

Depuis ses débuts, il y a trois ans, l’accélérateur a déjà soutenu plus de 30 startups, avec plusieurs applications concrètes implémentées au sein du groupe.

Le Media Lab, un accélérateur de solutions

Avec le Media Lab, TF1 fait le pari que tous les métiers des médias peuvent être accélérés par le digital, à commencer par le métier de journaliste qui pourrait bénéficier de nouveaux outils. La startup Kinetix par exemple, lauréate de la sixième saison du programme d'accélération, qui transforme automatiquement n'importe quelle vidéo en modèle 3D animé, en s'appuyant sur des algorithmes d'intelligence artificielle et de deep learning. Un moyen de rendre l'information plus compréhensible et pédagogique grâce à une modélisation en trois dimensions.

" *Les téléspectateurs peuvent visualiser des éléments qui n'apparaissent pas à l'écran, comme les séquences d'un reportage qui n'ont pas pu être filmées*, explique Camille Buss, responsable de Media Lab TF1. *Avant, il fallait compter entre trois et cinq jours pour faire cela. Désormais, c'est l'affaire de quelques heures. Cela nous permet de coller au plus près de l'actualité, tout en proposant des contenus plus pédagogiques. Pour les journalistes, ce type d'innovation a une forte valeur ajoutée.* "

Quand les nouvelles technologies servent l'info

Le champ des possibles ne s'arrête pas là, car ces technologies émergentes permettent également d'établir un nouveau dialogue avec les téléspectateurs. C'est le cheval de bataille de la startup ADN.AI, lauréate de la septième saison de Media Lab TF1. Pionnière de l'intelligence artificielle conversationnelle, cette plateforme créative française a mis au point une technologie qui rend la publicité interactive. En cliquant sur une icône dédiée dans une publicité, les internautes ont la possibilité de commencer une conversation vocale ou écrite avec l'annonceur, tout en restant dans l'interface MYTF1.

Amara TV propose, de son côté, une solution d’intelligence artificielle qui permet l’anonymisation et la modération de contenu vidéo. Concrètement, cet outil fonctionne via le paramétrage et l’apprentissage d’un modèle de reconnaissance visuelle : celui-ci est capable de détecter un élément sur une vidéo, de manière autonome et automatique. Grâce à cette technologie, TF1 Production pourra activer de manière automatique l’anonymisation d’identités dans ses programmes. De quoi offrir un gain de temps considérable dans le processus de production des contenus.

Une toute autre startup a tapé dans l’œil de LCI.fr et la rédaction de TF1 : VoxM, une solution SaaS qui promet d’augmenter l’engagement du public. Comment ? En facilitant sa participation à l'antenne, qu’elle soit vocale, vidéo ou écrite et sur tous les supports numériques du média (site web, application). Via un QR code, l’utilisateur accède au support mis en place par le média - un sondage, par exemple - et à la possibilité de participer en temps réel.

> *Media Lab TF1 - saison 7 □*
> *Notre programme d'accélération à @joinstationf accueille 6 nouvelles startups qui seront accompagnées par un sponsor issu de différents métiers du Groupe @TF1 @NewenFrance @unify_group*
> *Pour découvrir les collaborations :https://t.co/fCt5KyZK54*
> *pic.twitter.com/NJfkv6oMBx*
>
> *— Groupe TF1 (@GroupeTF1) September 30, 2021*

Des bénéfices multiples

Pour les startups qui participent au programme, le deal est 100% gagnant. D’abord, parce que l’incubation au Media Lab de TF1 est gratuite. Pour une raison simple : ne mettre aucune barrière à l'entrée et permettre à chaque talent d'avoir les mêmes chances de participer au programme.

Mais ce qui différencie surtout le Media Lab de TF1 des autres structures d'accompagnement tient dans le fait que les six mois d'incubation sont entièrement dédiés à la collaboration sur la partie opérationnelle. Il s'agit d'améliorer les solutions de chaque participant pour pouvoir les implémenter dans les métiers du groupe, l'objectif final étant que ces jeunes entreprises puissent, une fois le programme terminé, travailler avec TF1. Camille Buss précise : " *Nous identifions le besoin interne en amont, avant le démarrage de la saison, et nous vérifions que les solutions proposées ont le potentiel pour être intégrées dans les roadmaps de nos différents métiers. À ce titre, 60% des startups qui sont passées par le Media Lab TF1 ont ensuite signé un contrat avec TF1. À lui seul, ce chiffre montre la pertinence et l'efficacité de notre accompagnement.* "

Autre critère à prendre en considération : les startups sont sélectionnées en fonction de leur maturité. Le Media Lab TF1 s’adresse, en effet, à celles qui sont en phase d'amorçage et qui ont un produit en cours de développement à tester. C’est par exemple le cas d’Osmoz-IT : une plateforme numérique qui automatise le suivi de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles et le contrôle de leurs métadonnées. Ou encore de la startup Affilizz qui centralise et uniformise les données des programmes d’affiliation souscrits par les annonceurs sur différentes plateformes, pour que les éditeurs monétisent leur contenu, pilotent leurs performances et gèrent la facturation de manière extrêmement simplifiée. Quant à la solution logicielle VOKSE, elle

accélère les projets des entreprises en éliminant les tâches manuelles fastidieuses. Ceci étant possible grâce à l’automatisation de l'inventaire, l'analyse et l'exploitation des données.

La septième saison du Media Lab prendra fin le 4 mars 2022. Pour permettre aux startups de candidater, TF1 lancera un appel à candidature pour la huitième saison en début d'année prochaine.

Maddyness, partenaire média du Media Lab de TF1

Article écrit par Maddyness, avec le Media Lab TF1