

Kinetix va lancer une marketplace NFT pour ses micro-créateurs

Lever des fonds, c'est bien. Avoir des clients, c'est mieux. Un an après, où en sont les startups qui ont bouclé un tour de table ? Développement, recrutement, financement, Maddyness fait le bilan. Yassine Tahis, co-fondateur de Kinetix avec Henri Mirande, partage son expérience après avoir levé 500 000 euros.

Lancée en pleine pandémie au sein d'Entrepreneur First, Kinetix développe une solution permettant d'extraire des mouvements 3D à partir d'une simple vidéo – sans recourir à des capteurs. Rapidement approchée par Ubisoft, la société réussit à lever 500 000 euros auprès d'Entrepreneur First et de business angels afin d'étoffer son équipe et structurer son produit. Yassine Tahis, co-fondateur, revient sur une année 2021 riche en interrogations et en développement qui ont permis à l'entreprise de tracer la route qui la mènera bientôt aux États-Unis.

Dans votre parcours, vous avez travaillé dans le secteur de l'intelligence artificielle avant de rejoindre l'univers de l'investissement. Comment est né l'idée de Kinetix ?

J'ai rencontré Henri Mirande, chercheur en DeepTech, chez Entrepreneur First,

programme qui facilite la rencontre de profils complémentaires pour créer des startups. De mon côté, j'ai un profil plutôt économique mais je me suis toujours intéressé au secteur du gaming et de l'intelligence artificielle que j'ai eu l'occasion d'étudier au sein de 212 Founders, un programme d'accompagnement et d'investissement en Venture Capital qui a pour objectif de créer et de développer l'écosystème startup au Maroc [Yassine Tahi y est resté un an et un mois, ndlr]. C'est de cette rencontre qu'est née l'idée de la recherche en *deep learning* adaptée à la 3D. Nous avons lancé Kinetix en juin 2020. Puis nous avons rapidement compris qu'une troisième compétence serait nécessaire pour créer la plateforme. C'est là que nous avons fait entrer Philipp Belhassen comme associé.

À lire aussi

« Métavers » : le nouvel Eldorado ?

Nous avons identifié trois tendances, qui nous ont motivés à nous lancer, et ont été confirmées au cours de l'année 2021 :

L'usage du jeu vidéo était en train d'exploser pendant la première vague du Covid et il a largement continué à se développer par la suite;

La plupart des studios de création ont été ralentis dans leur développement en raison du confinement et ils ont cherché des solutions numériques pour créer du contenu sans avoir à utiliser des capteurs;

La croissance du nombre de micro-créateurs, qui sont à l'origine des joueurs, et qui développent leurs propres contenus. On l'observe beaucoup sur Roblox qui compte plus de 200 millions d'utilisateurs jeunes de moins de 20 ans dont 8 millions de créateurs. C'est une vraie tendance qui se développe.

Vous avez très rapidement levé des fonds. Dans quel contexte étiez-vous et quelle était votre ambition avec cette augmentation de capital ?

Nous avons réalisé une levée en deux tranches : une première de 100 000 euros a été débloquée au bout d'un mois et demi. Le premier mois nous avons surtout réalisé des entretiens avec des studios, des créateurs, etc...pour essayer de comprendre quels étaient leurs points de friction dans la création 3D. Les retours ont été unanimes pour dire que l'animation 3D est quelque

chose de très complexe. Nous avons alors commencé à développer une première solution, ce qui a été facilité par le fait qu'Henri avait déjà travaillé sur la génération de 3D à partir d'intelligence artificielle. Nous avons créé une *landing page* pour présenter notre projet et au bout de trois semaines de travail, Ubisoft nous a contactés.

En poursuivant notre développement nous nous sommes rendu compte qu'il nous manquait un profil dans l'équipe pour créer la plateforme, gérer la partie technologie et l'équipe nécessaire au développement du projet. Nous avons réalisé une seconde levée de 500 000 euros pour financer notre développement, en novembre 2020 mais nous l'avons annoncée en janvier 2021. Cela nous a permis de construire l'équipe, la plateforme et d'automatiser les process.

Comment avez-vous réagi à l'appel d'Ubisoft ?

C'est à double tranchant. D'un côté, c'est extrêmement gratifiant, ça rassure sur le concept qu'on lance. Ubisoft travaillait sur un sujet proche en interne mais cela demande beaucoup d'investissement - en temps homme notamment. Il y a un gros challenge sur la qualité d'extraction pour envisager une industrialisation du produit et cela demande beaucoup de temps.

D'un autre côté, se concentrer sur un partenaire peut nous pousser à nous couper d'autres secteurs avec lesquels on pourrait travailler aussi. L'industrie 3D intéresse de nombreux marchés. Havas, TF1, des studios de gaming nous ont aussi approchés. Mais tous les secteurs ne savent pas encore de quelle manière ils vont ou doivent y aller. Tout l'enjeu est de trouver un marché qui va fonctionner et va réellement se développer dans le temps. Le risque est de se lancer sur un secteur où le volume ne sera pas suffisant.

Jeu vidéo, agence de publicité, média, indépendants... Aujourd'hui, quelles sont vos cibles prioritaires ?

Au début , nous avons identifié deux - trois cibles. En 2021, tout le travail a été, en parallèle de la partie technique, de déterminer la cible sur laquelle nous allions nous concentrer. Notre but était de choisir une cible qui nous permette d'atteindre un maximum de personnes, qui va croître et qui va beaucoup utiliser notre outil. Pour utiliser la version bêta, les utilisateurs devaient se qualifier. Les principaux usages concernaient le gaming et la création pour le métavers. En réalité, ces plateformes métavers n'existent pas encore, elles ne sont pas encore structurées car elles n'ont pas les outils pour.

À lire aussi

Seoul s'empare du métavers pour moderniser son administration

Nous avons aussi été incubés au sein de plusieurs structures comme Agoranov, TF1 ou encore OFF7 d'Ouest France. Ces derniers nous ont permis de mieux comprendre leur *workflow*, leurs cas d'usages, où ils veulent aller, ce dont ils ont besoin, etc. Au regard de ces données, nous avons pu challenger notre modèle économique et notre produit.

Finalement, nous avons choisi de nous concentrer sur les micro-créateurs de contenu, les particuliers qui n'ont à disposition que des librairies d'animation très limitées. Nous ne visons pas forcément des professionnels qui ont déjà des outils à leur disposition même si ceux-ci pourraient utiliser notre solution pour simplifier certains process.

Quel est l'état d'avancement de votre produit et quelles sont les prochaines étapes sur votre feuille de route ?

Aujourd'hui la plateforme est plutôt automatisée. La qualité est correcte pour développer un avatar. Mais nous devons encore consolider la partie technologique et développer la partie production. La plupart des créateurs ont encore du mal à monétiser leur contenu actuellement mais avec l'arrivée du web 3.0 il y a une opportunité pour eux. Les créateurs vont se réapproprier leur contenu avec les NFT.

Nous allons donc adosser une marketplace NFT à notre plateforme SaaS. C'est une addition à ce que nous faisons déjà et cela nous permettra de répondre à la double problématique création et monétisation. Nous arrivons au moment idéal sur le marché avec l'explosion des NFT. Nous prendrons une commission uniquement sur les ventes effectuées.

Initialement, notre business model se basait sur une offre *freemium* mais nous n'avons pas encore poussé ce principe car le niveau qualitatif n'était pas suffisant pour monétiser le produit.

Quels sont vos objectifs pour 2022 ?

Nous allons réaliser les derniers ajustements et nous devrions atteindre le niveau de mise en production début 2022. Une levée de fonds est également en cours afin d'étoffer l'équipe de commerciaux. Sans faire de publicité, nous comptons déjà 7500 utilisateurs réguliers et nous en visons 100 000 d'ici fin 2022. Nous allons aussi devoir accélérer sur la partie marketing, développer des partenariats, etc. Nous avons aussi un projet en cours en R&D : l'animation

3D en temps réel. Aujourd'hui, il y a quelques minutes de décalage mais si nous arrivons à faire du temps réel, cela nous ouvrira nouvelles perspectives comme la retransmission d'un concert ou d'un spectacle dans le métavers que l'on pourrait regarder, de chez soi via un casque de réalité virtuelle.

À lire aussi

[Quelles technologies demain pour s'informer ?](#)

Article écrit par ANNE TAFFIN