

PlayPlay lève 10 millions d'euros pour renforcer son positionnement à l'international

La jeune pousse PlayPlay, spécialisée dans la création de contenu vidéo, annonce avoir levé 10 millions d'euros. Après avoir déjà convaincu de grandes entreprises du CAC40, la startup souhaite renforcer son positionnement à l'étranger et recruter.

Temps de lecture : minute

12 mai 2020

Depuis quelques années, la vidéo a pris le lead sur les formats en ligne les plus engageants. Facile à croquer et à digérer, elle demande peu d'engagement de la part de son spectateur et peut être regardée n'importe où (métro, salle d'attente...). D'après une étude menée par Cisco, en 2020 la vidéo représentera 82% du trafic IP mondial. Autrement dit, elle est devenue un format de premier ordre pour s'adresser à sa communauté ou ses clients. Seul problème : son prix. *"Aujourd'hui, la vidéo est le contenu partagé le plus viral sur les plateformes digitales mais reste cependant un contenu complexe et cher à produire"*, explique Thibaut Machet, CEO et cofondateur de PlayPlay.

Rendre accessible la conception et la réalisation de vidéo est la mission que se sont donnés trois anciens d'Eurosport, Thibaut Machet, Clément Moracin et Aurélien Dayres en fondant PlayPlay en 2017. La solution a été imaginée pour les équipes marketing, réseaux sociaux et communication.

Faciliter la création de vidéo en ligne

Avec PlayPlay, plus besoin d'être un as du motion design ou un Xavier

Dolan en herbe pour réaliser un campagne de communication en vidéo sur les réseaux sociaux. Maddyness a eu l'opportunité de tester le logiciel, dont l'utilisation est à la portée de tous et toutes. Il faut l'avouer, le site est riche en contenu. Pour faciliter au maximum l'expérience, la startup incite à sélectionner les templates en fonction de l'usage qui en sera fait : évènement, réseaux sociaux, corporate.

Pour personnaliser l'expérience, l'entreprise peut ajouter son logo, choisir sa typographie, sa musique et la vitesse de diffusion. Des images libres de droit sont proposées mais l'utilisateur est libre d'ajouter les siennes s'il le souhaite. Pour satisfaire tous les besoins, PlayPlay a imaginé des vidéos adaptées au format interview, aux stories Instagram, à des présentations de produits ou des feedbacks d'évènement par exemple. Les créations peuvent être diffusées sur les réseaux sociaux ou intégrées dans des newsletters par exemple.



À lire aussi

PlayPlay, la plateforme de création vidéo accessible à tous

Pour aider et inciter les plus réfractaires à sauter le pas, la startup

propose une aide à la création de vidéo en direct et organise des webinars pour apprendre à s'approprier le logiciel. Les plus aguerris pourront s'offrir une dose d'inspiration sur Twitter via le hashtag #PlayPlayoftheweek.

Au-delà de cette simplicité d'utilisation, PlayPlay met en avant un autre argument, celui du prix. La solution est accessible via un abonnement mensuel qui débute à 200 euros, ce qui serait le prix d'une seule vidéo dans une agence de contenu selon la startup.

Poursuivre son expansion à l'international

En à peine trois ans, PlayPlay a réussi à séduire plus de 300 clients dont de nombreux corporates comme Orange, EDF, Crédit Agricole ou encore Decathlon. Plus de 40 000 vidéos créées via sa plateforme sont publiées chaque mois. *“Nous utilisons PlayPlay depuis 2018 et désormais la majorité de nos contenus partagés sur les réseaux sociaux est créée via leur plateforme”* , confie Alexis Bernard, Head of Social Media chez Crédit Agricole.

Portée par cette réussite, la startup, déjà présente dans 14 pays dont la France, le Royaume-Uni ou encore les Etats-Unis, compte bien renforcer sa position sur le marché et accélérer son expansion en Europe et aux Etats-Unis. Pour financer ses ambitions, elle annonce un tour de table de 10 millions d'euros en série A. Dans cette opération, Balderton Capital est accompagné par PointNine et Kerala ventures. Et comme le succès se réalise rarement seul, PlayPlay recrutera également de nouveaux talents, des développeurs et des designers, pour *“relever les challenges techniques de sa roadmap des prochaines années”* .

[Ecouter l'épisode de "Funding Crush" sur les dessous de la levée de PlayPlay](#)

Article écrit par Anne Taffin