

La plateforme Ocus s'engage à mieux rémunérer les photographes indépendants

La startup Ocus vient de lever 20 millions d'euros auprès de Ring Capital, A/O PropTech, Expon Capital et ses investisseurs historiques, Sofiouest, Evolem et Anaxago. Souvent comparée à Meero, la plateforme tente de se démarquer grâce à sa technologie d'optimisation des images et sa quête d'une plus juste rémunération des photographes et vidéastes indépendants.

Temps de lecture : minute

22 avril 2021

Accélérée par la pandémie, la transformation numérique des entreprises a connu un boom en 2020. Être présent sur la toile ne suffit pas : pour se faire remarquer il faut être vu. Le rôle de l'image et de la vidéo, sur un site comme sur les réseaux sociaux, est devenu vital. Malgré une année difficile pour certains de ses clients, Ocus, spécialiste de la photographie et de la vidéo pour les grandes entreprises, vient de lever 20 millions d'euros auprès de Ring Capital, A/O PropTech et Expon Capital. Objectif : continuer à développer sa technologie pour répondre à une demande croissante, en France comme à l'étranger.

Une année portée par le boom de l'e-commerce

Plateforme spécialisée dans la réalisation et la production de photos et de vidéos pour les entreprises, Ocus met en relation les professionnels indépendants de son réseau avec ses entreprises clientes - exclusivement

des grands groupes comme Uber Eats, Hilton, Radisson, FoodPanda...qui réalisent plusieurs centaines de shooting par an pour leurs différents bureaux. Parmi les secteurs d'activité les plus demandés, on trouve ainsi la foodTech, l'e-commerce mais aussi le tourisme, l'hôtellerie et l'immobilier, des secteurs parfois gelés par les confinements. *"En 2020, le tourisme a clairement été mis en pause pour de nombreux acteurs qui se sont concentrés sur leur restructuration. Mais depuis quelques mois, ils commencent à préparer la réouverture des frontières et leur axe de communication stratégique est le numérique et les visuels"* , détaille Thibaud Lemonnier. La Grèce le montre aujourd'hui en multipliant les campagnes sur Internet pour faire parler d'elle et attirer les Européens cet été.



À lire aussi

6 conseils pour passer de salarié à freelance sereinement

Le ralentissement de ces marchés n'a pas du tout entamé la croissance d'Ocus, bien au contraire. En réalité, la pandémie a davantage été facteur d'opportunités estime la société. *"Le besoin en visuels est une fonction*

exponentielle à la croissance d'Internet. Or, la pandémie a accéléré la transformation numérique des entreprises qui ont eu un besoin immédiat et rapide de contenus photographiques et de vidéos" , avoue le co-fondateur. La FoodTech et l'e-commerce ont été deux secteurs très demandeurs sur un marché en pleine croissance. "L'enjeu pour les entreprises est d'arriver à s'équiper en acquérant rapidement beaucoup de contenus".

Aider leurs clients à trouver les visuels les plus efficaces

Publier des images ou des vidéos de bonne qualité est une chose, réussir à cibler celles qui attireront le regard et marqueront les esprits en est une autre. Aujourd'hui *"nous faisons face à une course à l'image car le cerveau traite des milliers de fois plus vite le médium visuel que les textes. Les images augmentent le trafic, la confiance et le panier moyen. Mais il y a des enjeux cognitifs très importants derrière. Avec notre technologie, nous développons des connaissances pour comprendre comment les différentes personnes - selon la géographie ou leur secteur d'activité - vont réagir devant une photo" , résume Thibaud Lemonnier.* L'objectif final est simple : aider les marques à choisir et produire les images qui fonctionnent le plus.

C'est surtout cette technologie et toute l'analyse des datas acquises qu'Ocus veut développer avec sa nouvelle levée de fonds de 20 millions d'euros. *"Nous sommes une équipe d'ingénieurs, nous passons notre journée à résoudre des enjeux technologiques et nous allons continuer à investir dans notre produit. 80% de la levée sera consacrée à ce sujet" , révèle le co-fondateur qui n'exclut pas une nouvelle levée d'ici 12 à 18 mois en fonction de leurs avancées.*



À lire aussi

Livreurs salariés chez Just Eat : coup marketing ou avancée majeure ?

On notera également que cette opération fait entrer un fonds PropTech au capital d'obus, A/O PropTech, un secteur qui attire les investisseurs. *"La PropTech un des secteurs en vue. Les besoins sont considérables mais c'est surtout la double compétence sectorielle et technologique d'A/O PropTech qui nous a séduits"* , assure Thibaud Lemonnier.

Une rémunération au plus "juste" des freelances

En 2019, il y a un peu plus d'un an, Ocus prenait la décision de réaliser une charte pour travailler à une rémunération "plus juste" des travailleurs alors que les plateformes sont très critiquées sur ce sujet, en ayant tendance à niveler la qualité et les prix vers le bas. Le grand rival d'Ocus, Meero, n'y a pas échappé, quelques mois après une levée de fonds record de 205 millions d'euros qui a fait beaucoup parler d'elle.

Ocus ne promet pas d'avoir trouvé la solution idéale mais s'engage petit à petit à apporter une meilleure rémunération à ses photographes, ses vidéastes et ses pilotes de drone. Pour y arriver, l'entreprise s'est rapproché de deux universités françaises, Paris I et Paris V et ses chercheurs en économie comportementale pour comprendre quel était le bon prix d'une image - pour les clients comme les photographes. [Le résultat de leurs recherches est disponible ici](#). Au final, deux d'entre eux ont rejoint l'équipe.

"La charte que nous avons écrite est le fruit de réflexions que nous avons depuis la création de Ouiflash (devenue Ocus). Nous avons besoin de grandir pour proposer une économie des plateformes plus durable où chacun se sent justement rémunéré, où la propriété intellectuelle est respectée et où les indépendants disposent d'un intéressement au capital" , révèle Thibaud Lemonnier. Le Covid-19 et la croissance des demandes l'an passé n'ont pas permis à Ocus d'avancer autant que ses fondateurs auraient aimé. Néanmoins, le co-fondateur est fier d'annoncer qu'un travail sur le *"fair prize"* a débuté et a permis de mettre en lumière les différents niveaux de rémunération jugés comme *"minimum et juste"* par leurs 30 000 photographes-vidéastes professionnels, suivant leur secteur d'activité ou leur placement géographique.

En parallèle, Ocus travaille sur la formation des photographes pour les faire monter en compétence sur d'autres verticales - en passant de la FoodTech à l'immobilier, par exemple - ou d'autres techniques - de la photo à la vidéo. *"Dans quelques années, la vidéo aura pris la première place devant la photographie"* , assure t-il. Et on pourra aussi juger aussi de l'impact social de l'entreprise.

