

Gamestream lève 4,5 millions d'euros pour conquérir de nouveaux joueurs

Gamestream lève 4,5 millions d'euros auprès d'Audacia et de Bpifrance. Avec ce deuxième tour de table, la startup du cloud gaming veut partir à la conquête de nouveaux marchés géographiques et de nouveaux joueurs plus passionnés.

Temps de lecture : minute

14 mars 2024

« Nous allons pouvoir continuer d'investir dans le contenu. Les jeux, c'est la clé », dévoile Ivan Lebeau, cofondateur et CEO de Gamestream. Parmi les licences connues : les Schtroumpfs, Pat'Patrouilles ou encore Hot Wheels. « On est assez "casual", "family", aujourd'hui...Il faut qu'on arrive à convaincre des éditeurs de nous apporter du contenu de plus en plus récent. » Voilà l'un des défis majeurs de Gamestream. L'équipe sera d'ailleurs à la Game Developers Conférence à San Francisco à partir du 18 mars.

Pour attirer un public de gamers, Gamestream a développé des services adaptés : « On permet de libérer les joueurs du stockage, on les libère des mises à jour, on les libère de la segmentation : aujourd'hui on ne peut jouer sur PC qu'avec des gens sur PC. Avec Gamestream, quelqu'un qui est sur un iPhone peut jouer avec quelqu'un sur PC et avec un joueur sur sa télévision. »

Un modèle de distribution mixte

Lancée commercialement il y a 4 ans, l'entreprise de cloud gaming

compte aujourd'hui 40 salariés sur 4 continents. Gamestream est implantée en Indonésie, en Inde, au Moyen-Orient, et en Europe occidentale. Elle boucle sa deuxième levée de fonds : 4,5 millions d'euros menée auprès d'Audacia, le fonds de Charles Beigbeder et le fonds Tech and Touch de Bpifrance, dédié aux industries culturelles et créatives. « Nous allons renforcer notre catalogue, renforcer nos usages et gagner de nouveaux grands groupes télécom », raconte Ivan Lebeau.

Gamestream travaille en effet avec des groupes de télécom pour toucher leurs clients. Jio, le plus grand réseau indien, Telkom Indonesia, Bouygues Télécom en France sont quelques-uns de ses partenaires. « Aujourd'hui, nous avons un demi-million d'abonnés payants au service », relève le CEO de Gamestream.

L'intérêt de ce business model : « Les serveurs que l'on achète, on les met directement chez nos opérateurs télécom », explique Ivan Lebeau. « On sait utiliser du cloud public pour streamer mais c'est beaucoup plus intéressant de mettre nos serveurs dans les data centers des opérateurs télécoms : on n'a pas de coût d'électricité, pas de coût de bande passante... »

Autre moyen de distribution : l'hôtellerie. Gamestream a signé un accord cadre avec le groupe Accor pour déployer leur solution dans tous les lobbys des hôtels du groupe. « Dans la genèse de Gamestream, il y avait dès le départ, la volonté d'être présent dans les hôpitaux », explique Ivan Lebeau. Certaines contraintes techniques sont similaires entre l'hôtellerie et l'hôpital : check in et check out, sécurité, etc. « Toute la stratégie qu'on a avec le groupe Accor nous permet d'affirmer une présence dans l'hospitality et d'avoir une expérience concrète dans ce type de marché. » Ivan Lebeau espère pouvoir être présent dans les hôpitaux d'ici mi-2025. « Depuis décembre, nous avons relancé l'activité hospitality déjà signée avec une dizaine de nouveaux hôtels. »

Deux profils de joueurs très différents, des services différents

Gamestream poursuit également son développement à l'international avec deux lancements importants : en Afrique de l'Ouest avec un opérateur majeur des télécoms et dans plusieurs pays d'Amérique du Sud. Un des objectifs de cette levée de fonds est de recruter les bonnes équipes sur le terrain.

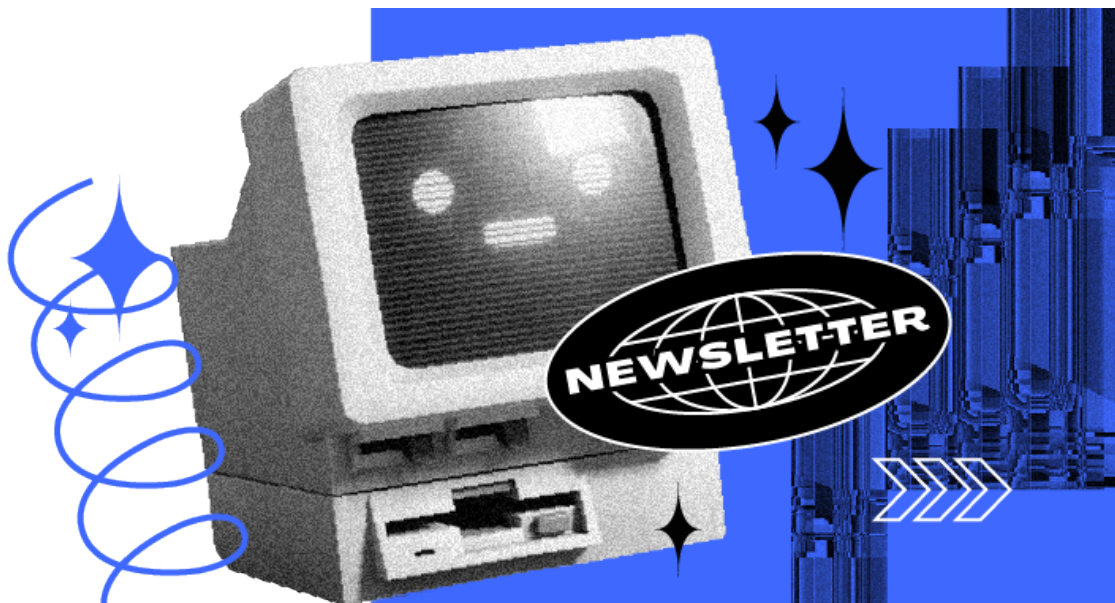
Le lancement en Afrique de l'Ouest va permettre à Gamestream d'ouvrir un nouveau marché avec une typologie de joueurs différente de ceux de l'Europe occidentale ou de l'Asie du Sud-Est. « Sur les marchés émergents, on a tout intérêt à apporter une solution à une population qui ne peut pas se permettre de payer une console à 400 dollars, des jeux à 70 dollars », détaille Ivan Lebeau. « Et pour les éditeurs, on apporte un marché potentiel de plusieurs centaines de millions de personnes, qu'ils ne touchent pas aujourd'hui », poursuit le CEO de Gamestream.

D'après un rapport Newzoo, le marché du jeu vidéo devrait tripler d'ici à 2025 pour peser 8,17 milliards de dollars. Un terrain de jeu que Gamestream compte investir.



À lire aussi

Vision Pro d'Apple : est-ce un outil vraiment indispensable pour les startups ?



MADDYMONEY

Recevez la newsletter mensuelle qui recense l'ensemble des levées de fonds réalisées par les startups françaises

JE M'INSCRIS

Article écrit par Aurélie Pasquier