

EasyLive lève 2,1 millions d'euros pour faciliter la médiatisation de l'esport

EasyLive a convaincu le fonds Trust Esport de l'accompagner dans le développement de sa régie. La plateforme permet de produire et diffuser des contenus vidéo en direct.

Temps de lecture : minute

10 octobre 2019

C'est un double enjeu majeur pour l'esport : produire des contenus de qualité, adaptés à tous les marchés, et qui peuvent être largement diffusés en direct en qualité optimale. C'est toute l'idée derrière EasyLive, qui annonce ce jeudi lever 2,1 millions d'euros, rassemblés auprès de Trust Esport et qui intègrent également un prêt accordé par Bpifrance. Ce deuxième tour de table, bouclé trois ans après une première levée de 800 000 euros, doit permettre à la startup d'étoffer ses équipes pour monter en puissance commercialement. Quatre recrutements sont ainsi prévus pour venir grossir les rangs de la dizaine de salariés.

L'entreprise intervient en phase de production en développant diverses fonctionnalités pour les éditeurs de contenus, afin d'habiller leurs vidéos et d'en adapter le contenu (par exemple en modifiant la langue des commentaires selon le pays de diffusion). Mais EasyLive opère également en tant que diffuseur en direct, grâce à l'utilisation du cloud d'AWS, et s'occupe d'optimiser la qualité du flux selon les devices des spectateurs : mobile, tablette, ordinateur ou téléviseur. "*Nous sommes une régie vidéo cloud, ce qui nous permet d'adapter nos productions aux habitudes de consommation selon chaque canal*", se félicite ainsi Philippe Laurent, fondateur de la pépite.

Miser sur l'esport

La startup démarche ainsi aussi bien les éditeurs de contenus, tels que les clubs de sport, les médias ou les éditeurs de jeux vidéo, que les diffuseurs comme Twitch ou YouTube. Avec l'arrivée à son capital de Trust Esport, EasyLive souhaite désormais adresser plus particulièrement le gaming, en plein essor. Disposant de millions d'heures de stream mais avec des liens encore tenus avec la télévision, le secteur est une mine d'or pour les nouveaux diffuseurs comme EasyLive. La plateforme réfléchit d'ailleurs à lancer un produit dédié aux influenceurs du jeu vidéo, qui leur garantirait un flux sans coupure et conçu pour leur garantir d'atteindre la jauge maximum de leur public-cible.

Pour coller à ce positionnement, la startup s'est développée en Europe mais aussi aux États-Unis où elle a déjà plusieurs bureaux. Et regarde avec insistance vers l'Asie, terre bénie de l'esport. Aucune ouverture n'est pour l'instant prévue de ce côté-là de la planète mais la jeune pousse y a déjà trouvé plusieurs partenaires de renom, dont Tencent, qui l'aideront dans son développement commercial.

Article écrit par Geraldine Russell