

Le Français Pops s'acoquine avec Snapchat

Vous pensiez que la photo papier était morte ? Apparemment pas selon la startup Pops, spécialiste de l'impression 3D. En à peine deux ans, celle-ci a réussi à convaincre Snap d'intégrer sa technologie sur son application.

Temps de lecture : minute

6 décembre 2019

Il y a deux ans, nous vous présentions Pops, une startup lancée par trois amis d'enfance, Antoine Marie, Paul-Antoine Campos et Xavier Waquet, et qui développait une solution d'impression d'images animées sur le modèle des cartes holographiques de nos paquets de céréales. À l'époque, l'entreprise proposait d'imprimer ses "Boomerang" à partir de son smartphone. Deux ans plus tard, elle signe un nouveau partenariat avec le géant de la communication Snap pour intégrer sa solution dans son application Snapchat.

C'est une "première pour une startup française mais aussi pour l'application" explique Antoine Marie, l'un des trois cofondateurs de Pops, qui espère bien profiter de cette association pour accroître sa notoriété. L'éditeur de Snapchat, canal particulièrement apprécié des jeunes 16-25 ans, cherche à intégrer davantage d'innovations dans ses produits. Depuis plusieurs mois, il travaille sur Spectacles 3, une paire de lunettes de soleil dotée de capteurs capables d'enregistrer des vidéos et des images en trois dimensions.

Les utilisateurs de l'application pourront désormais appliquer des effets de réalité augmentée aux images capturées par les caméras HD des lunettes et imprimer leurs photos en 3D. Un bouton Pops, positionné dans

l'application, au même niveau que celui de suppression des photos, enverra un ordre d'impression sur Snap Store. Les usagers recevront ensuite leurs clichés dans leur boîte aux lettres.

S'imposer comme un acteur innovant de la photographie

Snapchat mène actuellement une grande campagne de communication avec Gucci pour laquelle des Pops géants de 2m ont été imprimés (lien à venir). *"C'est une chance d'être associés à cette solution, cela nous présente comme des innovateurs dans notre domaine"* reconnaît Antoine Marie. Le service sera réservé aux *early adopters* de ses lunettes à 350\$.

"C'est une manière d'envoyer un message aux autres acteurs et montrer que nous sommes un véritable acteur technologique du domaine de la photographie" souligne le co-fondateur.

Après les Etats-Unis, Pops rêve d'Europe

Des discussions sont d'ailleurs en cours avec d'autres entreprises, notamment des constructeurs de téléphones portables pour y intégrer leur solution. *"Nous sommes les seuls à savoir utiliser cette technologie brevetée"* souligne Antoine Marie, pour expliquer l'absence de concurrence.

Plus connue aux Etats-Unis où elle réalise 90% de ses ventes, la startup veut désormais conquérir un public plus européen. Elle prévoit de doubler ses effectifs d'ici juin 2020, en passant de 15 à 30 voire 40 salariés, pour faire face à ses nouveaux défis.

