



>> Interviews

propos recueillis par **Yannick Urrien**



Web 3.0 et sémantique : une jeune pousse française innove

Steny Solitude, fondateur de Perfect Memory :

« Il va y avoir une consolidation d'ici six mois à un an, avec un acteur majeur du web 3.0, et nous sommes dans cette course aujourd'hui. »

Perfect Memory figurait parmi les 10 finalistes pour l'attribution du prix Top Semantic Technology Start-Up qui s'est déroulé à San Francisco en juin dernier. Cette entreprise française dispose de tous les atouts pour devenir une référence mondiale dans ce domaine : l'indexation et la recherche sémantique des contenus multimédias. Son offre repose sur le développement d'une plate-forme logicielle sémantique unique, qui permet de gérer, d'indexer et de monétiser des contenus multimédias en grands volumes, afin de les transformer en connaissance. Perfect Memory vient de lever 600 000 euros : «Après avoir réalisé successivement trois levées de fonds auprès de la plate-forme Alternativa, puis de fonds européens, pour un montant total de 1 million d'euros, cette nouvelle étape va nous permettre de renforcer nos fonds propres afin de poursuivre nos développements, de maintenir et de sécuriser notre avance technologique (dépôts de brevets), de transformer nos premiers projets, et d'industrialiser notre plate-forme, tout en développant notre visibilité auprès d'un certain nombre de secteurs cibles. Notre objectif : devenir l'un des principaux acteurs mondiaux du web sémantique d'ici deux à trois ans» souligne Steny Solitude, cofondateur de Perfect Memory, avec Philippe Gouspillou. La jeune pousse compte déjà parmi ses clients Radio France et la RTBF (Radio Télévision Belge Francophone) pour qui elle a développé et produit des pilotes. Steny Solitude répond à nos questions.

L'Hebdo-Bourseplus :

Vous êtes en pointe dans ce que l'on appelle le web sémantique sur les contenus multimédias. L'indexation des contenus est quelque chose de déjà connu mais, ce qui est plus original, c'est la technologie permettant d'indexer des contenus audio et vidéo. Comment êtes-vous arrivés à ce niveau technologique pour indexer les contenus multimédias ?

Steny Solitude :

Avant de fonder Perfect Memory, je travaillais dans l'univers du broadcast, c'est-à-dire des télédiffuseurs, et je me suis rendu compte que les outils que l'on cherchait à déployer pour indexer et classer les contenus étaient pertinents pour des acteurs qui n'avaient rien à voir avec le monde de l'audiovisuel, les particuliers ou les grands comptes... J'ai donc eu l'idée de repenser ce que l'on appelle les systèmes de Media Asset Management, c'est-à-dire des sortes d'entrepôts de données dans lesquels on va pouvoir aller chercher les contenus pour les diffuser à l'antenne ou sur les sites Internet. Tout le monde fait de la télévision, les chaînes classiques étendent leur plate-forme de diffusion et les grands comptes font de la télévision... Red Bull ou Coca Cola sont aussi maintenant des chaînes de télévision ! Les contenus évoluent et il est nécessaire de réinventer le système du Media Asset Management, c'est-à-dire le système de gestion du multimédia. En cherchant à repenser ce système, j'ai compris qu'il y avait une lame de fond qui était en train d'arriver : c'est ce que l'on appelle le web de données, le web sémantique, et qui permet de repenser le système, avec des outils nouveaux, beaucoup plus efficaces, beaucoup moins lourds à déployer et à acquérir.

Est-ce finalement une sorte de moteur de recherche ?

C'est de la connaissance open source. Si je me pose une question sur un sujet, une machine peut aller directement trouver la réponse auprès d'une autre machine. Il n'y a plus besoin de passer par un homme

pour trouver une information de haut niveau sur Internet. Avant, le web connectait des pages, il fallait donc quelqu'un pour lire ces pages. Aujourd'hui, le web des données connecte des machines et on n'a plus besoin d'un homme pour lire le contenu des pages. On peut directement taper une requête pour aller trouver la bonne information dans le bon champ de la bonne base de données quelque part dans le monde.

C'est facile à dire, mais dans la réalité c'est extrêmement difficile à exécuter. Comment avez-vous fait la différence ?

On a cherché à faire se rencontrer des mondes qui ne se parlaient pas : l'ingénierie documentaire, l'ingénierie des réseaux et l'ingénierie audiovisuelle. Si vous ne mettez pas ces trois disciplines ensemble, vous ne pouvez pas y arriver. Si vous êtes seulement dans les réseaux, vous n'avez pas la perception des documents que vous manipulez et vous n'avez pas la manière de les structurer. Si vous n'êtes que dans l'ingénierie documentaire, vous ne savez pas comment aller chercher l'information. Si vous n'êtes que dans l'ingénierie audiovisuelle, vous ne savez qu'encoder les médias et vous ne savez pas exploiter le sens de vos médias. Il est donc nécessaire de faire se rencontrer ces trois disciplines et c'est ce qui est difficile. Cela a été théorisé par pas mal d'acteurs, comme Bernard Stiegler, qui a théorisé ce que serait l'ingénierie des industries culturelles. C'est vraiment la rencontre entre l'ingénierie documentaire, l'ingénierie des réseaux et l'ingénierie des contenus. **Cela veut dire que tous les documents doivent être formatés de la même façon, avec les mêmes critères de référencement...**

C'était toute la difficulté. On a commencé par penser que tout le monde devait être structuré de la même manière, mais différemment... C'est impossible. Donc, il a fallu mettre en œuvre des mécanismes de traduction d'un langage vers un autre. Par exemple, dans telle base de données, une personne peut être désignée sous le vocable «Identité», mais





ailleurs ce sera «Personne». Les technologies que nous mettons en place permettent de dire que tel concept est le même que l'autre. C'est le principe de réconciliation des bases de données et de leurs structures. Nous avons un moteur qui permet cette réconciliation.

Vous venez de lever 600 000 euros, après plusieurs autres levées de fonds. On dit souvent que les jeunes entrepreneurs veulent partir à l'étranger en raison des contraintes fiscales et administratives. Pourquoi voulez-vous continuer de travailler en France ?

Un entrepreneur, d'autant plus dans le domaine des technologies de rupture, a quand même un grain de folie et le sens de la transgression... Effectivement, j'aurais dû bâtir la société aux États-Unis et, au lieu de lever 600 000 euros, j'aurais certainement levé 6 millions de dollars. Je voulais pousser le système jusqu'à ses limites, car il y a quand même un moyen d'amorcer le système. C'est plus long et c'est plus dangereux. J'aime la France et peut-être que je ne voulais pas que mes enfants soient américains... Mais je tempère ma réponse en disant que ce n'est toujours pas terminé. La question se posait au moment de l'amorçage et elle se pose aujourd'hui au moment du développement. Je rentre d'Amsterdam, je sais que je vais devoir aller rencontrer des clients au Brésil, aux États-Unis, au Canada, en Inde, en Chine, en Finlande, en Suède, en Espagne, en Allemagne et en Suisse... En tant qu'entrepreneur, je dois trouver un partenaire financier qui va me permettre de financer cette ambition de développement. La question va effectivement se poser au cours des six prochains mois. Le propre du web sémantique, le web

3.0, c'est qu'aujourd'hui il n'a pas vécu sa consolidation. Il y a toujours un moment où il y a une compétition d'entreprises au niveau mondial et où il y en a une qui prend de l'avance. Ce fut le cas avec Apple et Microsoft, ce fut le cas avec Yahoo! et Lycos pour le web 1.0 et Google a définitivement écrasé la concurrence... Pour le web 2.0, il y avait des dizaines de services de blogs et Facebook et Twitter sont arrivés en prenant tout le marché ! Le web 3.0, c'est exactement la même chose. Il va y avoir une consolidation d'ici six mois à un an, avec un acteur majeur du web 3.0, et nous sommes dans cette course aujourd'hui. Mais, pour mener cette course, il faut avoir les moyens de cette ambition. Aujourd'hui, si en France je n'ai pas les moyens de prendre cette avance, effectivement, j'irai aux États-Unis... Mais j'aimerais que l'Europe développe une vraie politique d'investissement et de capital risque. Facebook et Twitter ont indexé l'activité des humains et nous indexons l'activité des machines qui contiennent la mémoire des humains.

Mais, dans capital-risque, il y a capital et risque... Lorsque le Trésor public est venu prendre tout le capital, il n'y a plus rien à risquer !

C'est vrai et j'attends que les politiques mettent en place des dispositifs fortement incitatifs pour que le capital reste en France et aille dans nos entreprises. C'est bien joli d'avoir du capital dans les banques, mais il faut que ce capital revienne dans des entreprises et des entreprises risquées. Le principe du risque, c'est qu'il y a des entreprises qui vont tomber, mais celles qui ne tombent pas permettent de rembourser toutes celles qui sont tombées ! Le politique a un rôle à jouer dans ce domaine. ■