

Interview Tech Me Up ! - Alban Denoyel - 10/11/2018

Key learnings

- NYC présente des avantages pour s'implanter en tant que startup : accès aux capitaux américains, décalage horaire et temps de transport moindre que SF avec la France (un vrai atout lorsque les équipes techniques sont en France)
- Le futur de la réalité augmentée et de la réalité virtuelle passera par un form factor simple - ressemblant à des lunettes par exemple - qui permettra de mixer ces deux technologies. Il faudra probablement encore attendre 5 à 10 ans. Comme internet, ces technologies n'impacteront pas qu'une industrie, mais l'ensemble des industries
- Les plateformes market leader sur un format (YouTube pour la vidéo, Instagram pour la photo, Soundcloud pour la musique) sont dédiées à ces formats et ne craignent pas les acteurs généralistes comme Facebook
- Plus on tarde à se lancer dans l'entrepreneuriat, plus ça peut devenir difficile du fait du confort de vie. Quand on sort d'école, il n'y a rien à perdre.

Transcript de l'interview

Pouvez-vous vous présenter, revenir sur votre parcours qui vous a amené aux US ?

Je suis Alban Denoyel, co-fondateur et CEO de Sketchfab. Sketchfab est une plateforme de publication de contenus 3D créée à Paris en 2012 suite à une rencontre avec Cédric mon CTO. Je ne connaissais rien à la 3D mais je faisais de la sculpture en hobby. J'ai été présenté à Cédric à une soirée qui travaillait depuis 15 ans dans la 3D, et qui avait déjà construit un prototype de la techno qu'on allait mettre sur les marchés. On s'est assez vite rendu compte qu'on était les premiers sur ce marché, que si on voulait atteindre nos objectifs, monter des partenariats ambitieux avec des géants de la tech, lever des fonds, il serait important d'avoir un pied aux US. On a postulé aux différents accélérateurs américains, on a d'abord fait le Camping (aujourd'hui NUMA à Paris), puis l'accélérateur de Mozilla Web FWD à SF puis Techstars à NYC.

A quel besoin répond Sketchfab?

Le premier besoin est celui de partager un fichier 3D. Avant Sketchfab, pour ouvrir un fichier 3D, il fallait un logiciel 3D. Il fallait donc un rendez-vous physique entre un architecte et son client par exemple. Il est compliqué d'envoyer ces fichiers par email, et encore une fois, il faut le logiciel pour l'ouvrir. La plupart des gens utilisaient donc une capture d'écran d'un fichier 3D ou des vidéos, ce qui n'était pas de la 3D. Nous on permet aux gens qui créent des contenus en 3D de les uploader sur le web, de les afficher grâce à une URL. C'est ce qu'a fait YouTube pour la vidéo, Soundcloud pour la musique, Slideshare pour les slides.

A qui s'adresse la solution?

Sketchfab a démarré plutôt prosumer: les freelances, les artistes, les architectes publiaient leurs contenus (on peut publier des contenus 3D sans aucune connaissance technique particulière).

Cependant, nos clients sont surtout des professionnels (Freelances 3D, ou des entreprises de toutes tailles comme St Gobain, Nike, Porsche...). Notre business model est plutôt B2B.

On commence à monétiser la plateforme depuis quelques mois seulement. Pendant 6 ans, on s'est concentré à développer le produit, à atteindre une masse critique d'utilisateurs et de contenus. On a deux lignes de revenus à haut niveau: 1) ceux qui payent pour avoir accès à des fonctionnalités particulières sur la plateforme (partage privé ou intégration de notre viewer en marque blanche avec des marques de e-commerce) 2) une marketplace de fichiers 3D (on est la plus grande librairie de contenu 3D du monde sur internet).

Pourquoi acheter un fichier 3D ?

Il y a de nombreux usages et j'en découvre encore tous les jours.

1) Dans l'industrie du gaming, quand on est développeur de jeux vidéos, il faut créer les éléments de son jeu (un château, une chaise, un bonhomme...)

2) Dans l'architecture : un architecte qui fait un projet d'hôtel va acheter des tables, des chaises, un petit géranium; plein d'éléments virtuels pour peupler sa maquette.

3) Dans la publicité ou le monde des effets spéciaux (les pubs Apple ou Heineken sont réalisées avec des fichiers 3D)

4) Dans la réalité virtuelle ou augmentée, les applications où tu peux avoir une baleine dans ton salon demandent un fichier 3D par exemple

5) Même dans le machine learning et l'IA, il y en a besoin, ce qui m'a moi-même surpris. J'ai mis pour la première fois un contenu 3D sur la marketplace qui est un scan d'un pain au chocolat. Je l'ai mis en vente à \$4.99 sur la plateforme sans grand espoir car c'est plus cher qu'un pain au chocolat physique - et qui achète un pain au chocolat 3D virtuel ? En fait je l'ai vendu assez vite à quelqu'un qui développe une application de conseil nutritionnel. Pour faire son app, il a besoin de reconnaître automatiquement les aliments et les plats, et pour cela, il a besoin de faire du machine learning sur des objets virtuels.

Quelles différences faites-vous entre les VC français et américains?

Le paysage VC a beaucoup changé en France. En 2012, les VC en France faisaient très peu de Seed funding, ils ne faisaient que des Séries A, sur des business models avec des levées à 1 million. On ne pouvait donc lever qu'avec des Angels des montants limités. On est donc allé à l'international. Aujourd'hui la mentalité a bien évolué, tous les VC européens ont des fonds de Seed pour investir dans des boîtes plus early sans forcément un business model et les VC réalisent que les projets prosumers qui ont besoin de pas mal de traction au début s'exportent assez vite aux US car ils ont besoin des fonds américains.

Pourquoi vous êtes vous implantés à New York plutôt qu'à San Francisco ?

Même si on a commencé à SF, on a assez vite choisi NYC car on a toujours eu le projet d'avoir notre équipe technique à Paris. D'un point de vue opérationnel, SF-Paris, c'est 9H de décalage horaire, 12H d'avion donc très dur à gérer. Paris-NYC, c'est 6 heures de décalage horaire et 6 heures d'avion. Il y a beaucoup plus d'overlap dans la journée, ce qui facilite vraiment les choses.

Ensuite d'un point de vue business, SF c'est vraiment Tech alors que NYC est beaucoup plus variée, il y a plus la scène artistique, créative, média et les entreprises d'impression 3D. Or nous sommes à mi-chemin entre la tech et le contenu donc on trouvait ça plus pertinent d'être côté agence. Typiquement, LA serait un meilleur spot pour nous que SF. Enfin NYC est la ville la plus européenne des US, donc il est plus facile de "faire son trou" et Techstars a scellé notre destin New Yorkais.

Quel futur pour la réalité augmentée et la réalité virtuelle ? Laquelle de ces deux technologies est la plus prometteuse selon vous ?

Je pense que la réalité augmentée est plus prometteuse car elle permet plus de scénarios et de use cases - car elle mixe le réel et le virtuel. La VR sera surtout utilisée pour de l'entertainment, il y a moins de scénarios.

Mais le futur, ça va être un scénario où tu peux faire les deux, tu vas choisir ton degré d'offuscation de la réalité.

Quel sera le form factor qui permettra à cette technologie de se démocratiser?

Le futur de cette techno, ça va être un form factor (un device) qui ressemble à des lunettes. Ça va mettre beaucoup de temps - au moins 10 ans - avant qu'on arrive avec des lunettes qui ressemblent à des lunettes normales, où on arrive à superposer des contenus virtuels sur le monde réel. Ça ouvrira des scénarios qui ne sont pas possibles aujourd'hui. Le form factor sera le même pour VR et AR.

Hormis dans des lieux de divertissements (salles de jeux vidéos, où il y aura des sensors, des planches de surf virtuelles...), le device de tous les jours pourra faire full VR ou pas.

Je pense que potentiellement il n'y aura plus de smartphone, on aura un écran flottant; c'est absurde, on se promène tous avec une petite brique de 1kg qu'on regarde 50 fois par jour. A terme on aura juste un écran qui flotte qu'on mettra où on veut. Si tu es au bureau il pourra être devant toi ou sur ton genou, ou ne s'afficher que quand tu regardes ta main. Tu n'auras pas besoin de l'élément physique du smartphone.

Quelles sont les limites à la démocratisation de ces technologies aujourd'hui ?

Il manque plein de choses. Tout d'abord, la miniaturisation: les headsets sont aujourd'hui énormes, trop encombrants et intrusifs pour que le commun des mortels l'utilise quotidiennement. Ensuite, il y a la qualité d'affichage, la plupart des contenus sont transparents, ils ne sont pas assez convaincants pour se dire que c'est du réel. A terme, on aura des scénarios où on aura du mal à dire si c'est réel ou pas. Enfin, il faut s'améliorer sur la partie tracking pour pouvoir mapper très précisément. Par exemple savoir que s'il y a une table, et que si je veux projet un alien sur cette table, l'alien doit s'arrêter au niveau de la table comme s'il était physique. Ce tracking commence à être pas la mais il est encore loin d'être parfait, et il n'est pas permanent. Il faudrait que ce tracking soit permanent et que toutes les lunettes soient pluggées sur une architecture virtuelle pour ne pas avoir besoin de remapper les espaces à chaque fois.

Dans quels secteurs ces technologies auront-elle l'impact le plus important ?

Je crois pas mal à ces technologies dans le retail parce que tous les produits qu'on achète ont trois dimensions et très peu de produits sont achetés en ligne par rapport au magasin physique. Donc le jour où tu peux projeter une version virtuelle de cette basket directement sur ton pied à la bonne taille et que tu peux te regarder avec cette basket, ça agira comme si c'était un produit physique et ça changera beaucoup d'habitudes d'achat.

Cependant, je ne réfléchis pas à ça comme où est-ce que ça aura le plus d'impact, je vois ça comme internet en fait. Internet impacte partout, de même pour la réalité augmentée. Je vois cette technologie comme un "layer" qui permettra de faire plein de choses (ça aura un impact sur le commerce, le travail, l'entertainment, la communication, les réseaux sociaux...).

Qu'est-ce qui est clé dans la création d'une communauté ? Comment animez-vous votre communauté sur le long-terme ?

Dans les choses importantes, il y a le fait d'être à l'écoute de ses utilisateurs et que ces derniers se rendent compte que derrière l'entreprise, il y a des humains. Typiquement, j'ai fait le support utilisateur pendant les deux premières années de la boîte car j'étais le seul non développeur; je répondais à toutes les questions utilisateurs jusqu'à ce qu'on atteigne 200 000 utilisateurs.

Ensuite, du fait de la nature même de notre produit qui permet de partager des fichiers et de les distribuer au reste du monde, notre vocation est vraiment que nos contenus 3D trouvent une audience, des fans qui se sentent fiers d'appartenir à cette communauté. C'est la beauté de notre plateforme; on existe car on a des supers créateurs qui font des supers contenus et eux leur super contenu n'existe seulement car plusieurs gens peuvent les voir. Avant Sketchfab, leur super contenu était prisonnier de leur hard drive, leur desktop et n'étaient consommés que par leur créateur. Avec Sketchfab, ce contenu est partagé avec le monde entier, ce qui leur confère beaucoup de valeur.

Ensuite il y a le fait qu'on soit indépendant, cross-plateformes et qu'on supporte tous les formats de fichiers 3D. Si tu regardes tous les autres acteurs, Autodesk, qui est le leader sur le marché des logiciels 3D, a plein de viewers 3D mais ils ont une approche très spécifique à leur format. Ils ont une approche propriétaire alors qu'un créateur 3D veut être partout.

Enfin il y a les aspects produit : on a commencé en étant juste une technologie d'affichage de contenu mais progressivement, on a ajouté une couche sociale, ce qui nous rapproche d'un réseau social: on a un newsfeed utilisateur. Par exemple, à chaque fois que le British Museum publie sur Sketchfab, les 10 000 followers sont notifiés. On a fait pas mal de fonctionnalités qui permettent d'entretenir et de développer la communauté (contests, challenges de création plus ou moins absurdes...).

Voyez-vous les plateformes et Facebook en particulier comme une menace ? Facebook se lance dans le dating, est le plus grand réseau social : s'ils développent une solution analogue à Sketchfab, y a-t-il pas un risque que tous les utilisateurs ne privilégient qu'un seul réseau social / qu'une seule communauté ?

Tous les big 5 (Amazon, Facebook, Microsoft, Google, Apple) viennent de lancer des produits concurrents sur les 18 derniers mois. Mais si tu regardes toutes les plateformes market leader sur un format, elles sont 100% dédiées à ce format. YouTube est dédié à la vidéo, Instagram, les images. La 3D est tellement spécifique qu'il y a besoin d'une plateforme spécifique à ce format. Facebook a rajouté la vidéo mais ça n'a pas tué YouTube. Ça permet de rajouter des use cases au sein du contest Facebook mais ça n'enlève pas le besoin d'une plateforme dédiée à ce format. Tous ces gens-là font leurs efforts autour de la 3D de façon spécifique à leurs besoins. Facebook, ce qui les intéresse, c'est le format Facebook, et que ça marche dans Oculus. Tout ce qui est non Facebook, ils s'en fichent. Nous on est "friend with everybody". Google s'est lancé il y a un an, aujourd'hui ils doivent avoir 100 000 fichiers 3D, nous on en a 3 millions donc on est beaucoup plus gros qu'eux.

Pour terminer, qu'avez-vous envie de dire aux étudiants qui nous regardent ?

Il ne faut pas avoir peur de se lancer pour ceux qui s'en sentent capables, mais aussi ne pas avoir peur de pas se lancer tout de suite. Il ne faut pas se dire que si on ne se lance pas tout de suite, on ne se

lancera jamais. Bien sûr, plus on attend pour se lancer, plus on risque de ne pas le faire surtout quand on a fait une grande école de commerce. C'est le piège de faire une Grande Ecole : rentrer en conseil ou en banque, avoir un bon salaire, des enfants, passer des étapes qui font qu'il sera de plus en plus compliqué de sortir du confort du bon salaire. Plus on avance dans la vie, plus on a de choses à faire. Quand on est étudiant, on n'a rien à perdre, on mange des pâtes, potentiellement on vit encore chez ses parents donc c'est vraiment une super période pour se lancer avec d'autres gens, des professeurs, des labs... Il ne faut pas hésiter à demander de l'aide, les entrepreneurs aident bien aider d'autres entrepreneurs dans la mesure est authentique et personnalisée. Si c'est un mass email, ça ne va pas marcher.

Que recherchez-vous dans les personnes que vous recrutez?

Ce que je regarde sur des candidats, c'est la motivation, est ce que les gens ont fait leur homework. Dans 95% des candidatures que je reçois, c'est un email bateau et ça se voit tout de suite. Ce qui m'intéresse, c'est des gens qui ont compris qu'ils pouvaient avoir une valeur ajoutée par rapport à ce que je fais. Ça rejoint aussi un autre conseil important: c'est vraiment suivre ses passions. Essayer des verticales qui nous tiennent à coeur pour un projet de boîte, c'est essentiel. Beaucoup de boîtes se sont créées parce que ça répondait à un besoin du fondateur lui-même, et forcément il était beaucoup plus à même de répondre à ce besoin car il résout un problème auquel il est confronté. Dans le cadre d'une candidature dans un domaine qui nous passionne, on est plus convaincant, authentique, motivé; et ça se sent tout de suite, on ne peut pas "faker" la passion.