

# Créer des vidéos d'entreprises, le nouveau filon de la French Tech

## LOGICIEL

**La start-up Pitchy a mené une opération financière auprès d'investisseurs afin de faire de nouvelles acquisitions.**

**Elle avait déjà racheté Kannelle il y a un an.**

Adrien Lelièvre

La vidéo devient un outil incontournable au sein des entreprises. Elle permet de véhiculer des messages à l'extérieur – nouveau produit, lancement à l'étranger, acquisition d'un concurrent, etc. – mais aussi de faire de la communication interne :

présentation d'un projet, retour sur un séminaire, etc. ; ou même de la formation professionnelle. Mais encore faut-il avoir les compétences, le temps et les ressources pour créer ce type de contenus. Historiquement, les grands groupes sous-traitaient ce type de vidéo à des agences spécialisées ou avaient des équipes dédiées maîtrisant des outils comme Adobe Premiere.

Créé en 2013, Pitchy a bousculé le marché en développant un logiciel qui permet aux entreprises de faire des vidéos plus vite et sans expertise particulière, à l'aide de modèles personnalisables – des « templates ». La solution de Pitchy, vendue sous la forme d'un abonnement, est accessible de façon illimitée.

« Les entreprises produisent de plus en plus de vidéos éphémères », observe Lionel Chouraqui, qui a cofondé la société avec son frère,

Benjamin. En fonction de leurs besoins, les clients peuvent jongler entre les modèles et les diffuser sur les plateformes de leur choix.

### Jongler entre les modèles

Jusqu'à-là, Pitchy a été peu gourmand en capitaux. En 2017, la start-up avait levé 4 millions d'euros (dont un million de prêts) « En 2019, nous sommes devenus rentables et nous le sommes encore. C'est à contre-courant dans l'écosystème », insiste le patron de Pitchy, sans donner plus de détails chiffrés. La société revendique plus de 1.000 clients, notamment des grands comptes (Accor, Orange, Danone, BNP Paribas, etc.).

Pour continuer à grandir, Pitchy affirme avoir réalisé une levée de fonds de 40 millions d'euros auprès d'Isatis Capital, Entrepreneur Invest et Seventure Partners. Selon

nos informations, il y aurait un mix d'augmentation de capital, de rachat d'actions (cash-out) et de dette. « L'écrasante majorité de ces fonds, c'est pour faire du capital-développement », commente le dirigeant, qui assure avoir déjà eu des discussions avec des cibles potentielles. Il y a un an, Pitchy a déjà racheté Kannelle, une application de montage vidéo, afin d'élargir sa palette.

Le marché de la vidéo pour entreprises s'est beaucoup développé ces dernières années. En 2022, PlayPlay, un des autres gros acteurs tricolores, a levé 55 millions de dollars auprès du fonds Insights Partners et intégré le FT120. Cette jeune pousse a ouvert un bureau aux Etats-Unis et compte deux fois plus d'employés que Pitchy. Il existe d'autres petits acteurs sur le marché français, à l'image de Easymovie ou Storyfox.

### Assistant IA vidéo

Même si le format vidéo séduit, les spécialistes du logiciel doivent faire face à une nouvelle donne économique. « Il y a un examen plus minutieux des budgets marketing et c'est plus difficile de vendre », confie un bon connaisseur du secteur. Dans le même temps, les innovations fleurissent. « L'IA est une opportunité incroyable dans nos métiers », glisse Lionel Chouraqui, qui promet d'investir dans cette technologie.

L'IA permet d'automatiser des tâches et d'enrichir les contenus avec des nouveaux outils. Cet été, PlayPlay a, par exemple, sorti un assistant vidéo IA qui permet de créer une vidéo à partir d'une seule phrase ! Dans ce domaine aussi, la bataille entre Pitchy et PlayPlay est bien partie pour durer. ■

Pour continuer à grandir, Pitchy affirme avoir réalisé une levée de fonds de 40 millions d'euros.

Photo Pitchy

