

Kyle Jackson (Talespin)

Leader d'opinion

- **Type d'entreprise:** Production de contenus RV & RA
- **Fondée en:** 2015
- **Location(s):** Los Angeles, Californie ((bureaux partenaires à Amsterdam et à Vancouver)
- **Taille de la compagnie:** 11-50
- **Sites Web:** <http://www.talespin.company>
- **Entretien avec:** Kyle Jackson, fondateur et chef de la direction

Origines de l'entreprise

Talespin est un studio qui crée des contenus destinés à des plateformes émergentes : réalité virtuelle (RV), réalité augmentée (RA), intelligence artificielle (IA), formats interactifs et expérientiels. Le but est de faire vivre de puissantes expériences immersives au carrefour de la technologie et de la narration. Au cours de sa première année, le fondateur [Kyle Jackson](#) a réuni une équipe de spécialistes de la production ayant réussi à livrer un grand nombre de projets de RV commandés par la clientèle. Dans la plupart des cas, il s'agissait de vidéos sphériques 360°. L'objectif est de réunir des ressources et des talents ainsi que de peaufiner une méthodologie qu'il qualifie de « création de contenu agile ». Ce sont des processus de production agiles et interactifs empruntés du secteur du développement de logiciels agiles.

Il donne en exemple l'expérience de RV commanditée par Visa pour les Patriots de la Nouvelle-Angleterre (équipe de la NFL), laquelle incluait la distribution de dizaines de milliers de visionneuses de marque aux partisans réunis dans le stade de l'équipe. Au terme d'une première ronde réussie d'investissements extérieurs menée par l'entreprise, Talespin a étendu sa stratégie pour y inclure du contenu rendu avec infographies, en partenariat avec une société de jeux mobiles, et l'élargissement de sa propre équipe interne dans l'optique d'offrir des solutions B2B à ses clients d'entreprise œuvrant dans divers secteurs. L'entreprise a aussi investi dans de la propriété intellectuelle (technologies et contenus) pour pousser son exploitation du marché commercial de la RV une fois que ce marché sera devenu assez grand pour soutenir la création de contenu original destiné directement aux consommateurs.

Élément de différenciation

Jackson décrit la structure de Talespin comme une espèce de « société de portefeuille » capable de générer un large éventail de produits et de sources de revenus dans ces nouveaux médias. Talespin met l'accent sur une diversité de talents en matière de production de contenu et de développement et déploiement de technologies. L'entreprise considère que la technologie est une ressource à laquelle accède son équipe pour répondre aux besoins du client ou aux impératifs d'un projet de contenu. La technologie n'est donc pas perçue comme une fin en soi. Afin d'étendre efficacement les compétences de son équipe de base à la fois expérimentée et grandissante, Talespin entretient des partenariats avec un réseau de producteurs et de développeurs. Un avantage concurrentiel clé est l'expérience que compte l'équipe à naviguer de nombreuses transformations technologiques dans le passé afin de pouvoir saisir les occasions qui se présentent dans les marchés du divertissement au moment opportun. Lorsqu'on lui demande de décrire les obstacles pouvant entraver le succès de Talespin, Jackson répond ceci : « Je ne sais pas si les obstacles sont nombreux. Ils concernent le marché et n'ont rien à voir avec la stratégie, l'équipe ou le financement. »

Répondre aux besoins du marché

Jackson est très concentré sur la création de revenus pour le marché au fur et à mesure que ce dernier évolue. Dans l'immédiat, la plupart des revenus sont générés par des applications conçues sur mesure ou pour le marché interentreprises (B2B). À plus long terme, Talespin compte développer des contenus immersifs originaux ainsi que des adaptations de franchises existantes destinées aux marchés de consommation. Dans les 12 à 24 prochains mois, le marché des consoles de RV haut de gamme (Oculus, Vive, PS4) demeurera restreint, mais c'est un marché en croissance; par ailleurs, la RV pour mobile (Daydream et Samsung Gear) fera vivre des expériences moins spectaculaires, mais atteindra un bassin beaucoup plus grand. Du côté des entreprises, Talespin mise sur la RA et l'intégration de la vision par ordinateur, de l'intelligence artificielle et des réseaux neuronaux pour commercialiser de puissants produits évolutifs auprès des secteurs de la formation, de l'assurance, de la vente au détail, des industries et de l'éducation.

En parallèle, Talespin développe la capacité de créer des produits de RV haut de gamme à marge bénéficiaire élevée et met l'accent sur les processus de travail, la structure de coûts, l'établissement des prix et les variables de distribution. Pensons notamment aux achats par le biais d'applis ainsi que la distribution hors foyer et en arcade. Toutes ces questions seront

abordées en partenariat avec des détenteurs de PI qui disposent possiblement de contenus appropriés sans toutefois avoir une expérience technologique ou commerciale en RV.

Outils

Talespin ne se concentre pas sur le développement interne de ses outils, à l'exception de certains codes exclusifs pour applis conçues pour compte d'autrui. L'entreprise utilise plutôt des outils existants tout en restant aux aguets de nouveaux produits prometteurs. En matière d'animation/VFX, Talespin tire profit du vaste éventail de moteurs offerts dans le marché de même que de la diversité d'expériences proposées (batailles, récompenses, milieux sociaux, etc.). Lorsqu'il est question de 360 [degrés], Talespin travaille étroitement avec plusieurs entreprises de caméras (Jaunt, Blackmagic, etc.) pour développer des capacités en capture de mouvements, de positions et de volumes intégrables dans des moteurs en vue de leur utilisation plus économique. Jackson surveille le déploiement d'un [appareil de RV très haut de gamme](#) de HypeVR qui se détaillera à 400 000 \$. Cet appareil intégrera 14 caméras Red Dragon ainsi que le capteur HDL-32E de Velodyne capable d'assurer l'enregistrement simultané en résolution 6K des 14 caméras (à une vitesse actuelle de 60 images/seconde, bientôt à 90 images/seconde) et un nuage de points sur 360 degrés à 700 000 points/seconde. Pour la RV cinématique, cette saisie ultra haute résolution permet à l'utilisateur de travailler avec des images numériques de la plus haute qualité possible, tandis que l'intégration de la technologie LiDAR ouvre la porte à la saisie massive de modèles 3D de scènes d'action et de déplacements de la caméra. (Jackson souligne que lui et un partenaire dans une entreprise passée avaient souhaité mettre au point une caméra similaire. Les composantes étaient disponibles, mais la sortie de données avait été jugée trop lourde pour en faire un produit commercialisable. Les coûts liés à la mise en œuvre étaient trop élevés à la lumière du marché potentiel pour un tel produit.)

Au-delà de la 360 haute résolution, Jackson envisage le moment où les producteurs auront la capacité de saisir intégralement la géométrie physique de l'espace afin de permettre à l'utilisateur de s'y déplacer comme s'il y était. Tango et Occipital sont les deux capteurs qui donnent une idée de la direction dans laquelle se dirigent peut-être ces outils, et ce, même si leur résolution demeure plutôt faible. Quant à HypeVR, la cible visée est le haut de gamme.

Distribution

Ce sont les marques elles-mêmes qui s'établiront la forme de distribution qui leur paraît logique. En effet, certains projets antérieurs menés par Talespin ont dû être annulés après que la stratégie de distribution globale avait été modifiée par la

marque en question. Jackson perçoit Talespin davantage comme un éditeur (pensons au marché des jeux vidéo) plutôt qu'une plateforme. L'entreprise demeure agnostique alors que certains joueurs prennent du galon et d'autres perdent du terrain. Les éditeurs bâtissent des communautés autour de certains types de produits, puis ont recours à des outils et des canaux pour les commercialiser. Une fois qu'il y aura des consommateurs et des producteurs, il y aura des intermédiaires et la concurrence s'intensifiera dans la course pour devenir l'agrégateur de choix.

Partenariats et talents

Jackson affirme que l'équipe de Talespin a accès à un réseau étendu de plus de 50 partenaires existants, qui couvrent notamment la technique publicitaire, la distribution, la création d'applis et des marchés verticaux entiers comme le voyage. En milieu universitaire, Talespin a travaillé l'automne dernier avec la MIT et a recruté des étudiants inscrits au programme de MBA pour l'aider dans ses efforts de modélisation de l'entreprise.

Certains de ces partenariats peuvent mener à des acquisitions, comme ce fut le cas de quelques studios de jeux. D'autres demeureront des partenariats contribuant aux activités de production. Au cours de la prochaine année, Talespin mettra l'accent beaucoup sur le marché des entreprises et continuera de développer quelques-unes des profondes relations exploratoires ayant été tissées avec plusieurs sociétés du Fortune 500.