

Stambol Studios – Dogu Taskiran, CEO/CTO

Présentation de l'entreprise

- **Type d'entreprise** : Studio de technologie créative
- **Créé en** : 2016
- **Lieux** : Vancouver, BC – Surrey, BC
- **Taille** : 22 employés
- **Site internet** : <https://www.stambol.com>

Stambol est un studio de technologie créative basé à Vancouver et Surrey qui aide les entreprises à mieux communiquer leur vision grâce à un ensemble de technologies, comprenant la RV, RA et RX. Depuis sa création en 2015, Stambol a produit de nombreuses visualisations pour des cabinets d'architecture et des applications interactives pour le secteur de l'immobilier.

Origines de l'entreprise

Dogu et Mehmet Taskiran, co-fondateurs des Studios Stambol, ont grandi à Istanbul en Turquie. Les deux frères se sont intéressés très tôt à l'informatique et à la programmation, en fréquentant les salles d'arcades et en programmant leur propre jeu à 11 ans. En suivant cette passion, Dogu s'est retrouvé dans les simulations pour le secteur militaire et son frère développait des solutions 4D pour les cinémas. Face aux limites du marché turque, Dogu a déménagé au Canada en 2006 pour y développer des jeux AAA et des moteurs de jeu pour des studios géants comme EA ou Ubisoft. Il a également développé des fonctions d'empilement pour un nouvel écosystème de Microsoft. Mehmet travaillait quant à lui pour des développeurs immobiliers et des agences marketing pour créer des visualisations photoréalistes et des animations de propriétés immobilières.

En 2016, Dogu et Mehmet ont réconcilié leurs deux visions – la créativité et l'ingénierie – pour créer leur propre studio, Stambol. À l'image de Istanbul, ville entre deux continents et tirant sa richesse culturelle de ces deux influences, Stambol (nom dérivé de Istanbul), s'appuie sur les différentes, mais complémentaires expériences des deux frères. Cette collaboration entre le cerveau droit et le cerveau gauche apporte à Stambol son approche et expertise uniques.

Développer une plateforme

Avec Stambol, Dogu et Mehmet ont développé l'une des meilleures applications de RV à l'échelle, ce qui a séduit l'industrie du bâtiment et de l'immobilier. Plutôt que de créer des éléments physiques pour aider les clients à visualiser le produit final, Stambol produit des expériences virtuelles hyperréalistes qui produisent le même effet. Une application RV présente de nombreux avantages: les promoteurs

peuvent se débarrasser des maisons témoins dispendieuses qui limitent aussi le nombre de personnes qui peuvent visiter le lieu, et qui obligent les gens à se déplacer.

L'application développée par Stambol ne fait pas que supprimer des barrières, elle ouvre aussi de nouveaux horizons. Par exemple, les clients peuvent personnaliser les espaces qu'ils visitent (comme changer les meubles), pour se sentir déjà comme chez eux.

Mais une application en RV peut être un obstacle pour les nombreux acheteurs qui ne sont familiers avec la technologie. En s'appuyant sur son expérience avec les simulations militaires, Dogu a décidé de développer une application qui ne nécessiterait aucune manette de contrôle, ce qui rend la navigation plus naturelle et aide à réduire le phénomène de nausée. Les équipes de Stambol ont prêté une attention particulière à la qualité des visualisations et ont construit des modèles pré-rendus pour assurer le confort de l'expérience.

En réalité, la RV est juste un élément de la plateforme de Stambol. Les visualisations sont en effet accessibles via une application web, il n'est donc pas nécessaire de posséder un casque RV pour y accéder. C'était important pour Stambol de ne pas se limiter à un seul médium, et ce dès leur création.

Ajouter des couches à notre réalité

Les nouvelles réalités (RV/RA/RX) sont des technologies pleines de promesses mais aussi déjà bien ancrées dans nos vies. Peu de personnes savent qu'en réalité, les filtres Snapchat ou les vidéos à 360 degrés de Google utilisent ces technologies. C'est parce que ces applications ne font qu'ajouter un niveau, une couche à une plateforme que le public utilise déjà. Il n'est pas facile de faire télécharger une nouvelle application de RA aux utilisateurs. En revanche, si l'on intègre de nouvelles fonctionnalités de RA à un service déjà existant, ils vont les utiliser.

C'est la philosophie qui guide Stambol Studios : construire des ponts et supprimer les barrières pour créer des expériences fluides. Pour Dogu, la meilleure façon de démocratiser ces technologies est de mettre le marketing et l'engagement au centre des projets de Stambol. Ces technologies doivent aller à la rencontre des utilisateurs là où ils sont et simplement ajouter une couche qui vient augmenter leur expérience.

Cette approche ne se limite pas aux médias sociaux ou au secteur du bâtiment. Stambol a identifié une demande pour des applications similaires, fluides et de haute qualité dans le secteur de la santé. Stambol travaille au développement d'un espace de recherche et d'innovation médicale et d'un centre de recherche en neurosciences en s'appuyant sur son expertise dans le secteur de la construction et des réalités numériques. L'entreprise est par ailleurs impliquée dans un projet de recherche qui combine la RV, la biométrie et les sciences neurologiques afin de résoudre les troubles cognitifs.

Défis et solutions

Le marché du jeu vidéo étant saturé et démontrant des opportunités de revenus limitées, il semblait naturel pour Stambol pour explorer les cas d'utilisations de la RV/RA/RX. Il est aussi très intéressant d'utiliser cette expertise pour aborder des problématiques « du monde réel » (par exemple la santé, la formation, etc.). Et pourtant, les réalités numériques font toujours face à des défis importants.

Pour que le public adopte ces technologies, il faut une grande diversité de contenus mais comme le fait remarquer Dogu, on est encore loin de cette abondance de contenu. Travailler avec ces nouvelles technologies ne demande pas seulement un état d'esprit particulier mais aussi des compétences allant de la programmation, à l'expérience utilisateur, à la modélisation. Avoir accès à ces talents peut être un vrai défi, en particulier pour les startups et les PME en concurrence avec les grands studios. Mais selon Dogu, le principal défi reste l'accès au capital, en particulier dans un climat de consolidation, fermetures et fusions.

Heureusement, Stambol est basé à Vancouver et peut profiter d'un bassin de talents impressionnant. Vancouver compte un nombre grandissant de sièges d'entreprises de médias interactifs et numériques, ce qui en fait une des villes les plus intéressantes pour développer des projets de RV/RA/RX. La ville a aussi l'avantage de se situer sur le même fuseau horaire que la Silicon Valley.

Construire le futur de la RV

Le premier conseil que Dogu donnerait à ses collègues serait d'élargir leur point de vue. La RV n'est qu'un outil dans une boîte à outils bien plus grande. La diversification est un élément crucial pour survivre dans ce secteur, de même que l'ouverture d'esprit. Nous sommes témoins de l'épanouissement simultané de nombreuses technologies (RX, 5G, IA), et il ne faut surtout pas les considérer comme des technologies isolées les unes des autres.

La RV et la RA vont devenir de plus en plus immersives (en de moins en moins isolantes) grâce aux technologies haptiques et de suivi du regard, la haute résolution, le son surround, etc. Ces technologies ne sont pas seulement importantes pour le secteur du divertissement, mais aussi par exemple, pour des simulations hyperréalistes, quand il devient primordial d'avoir conscience de tout son environnement pour éviter les potentiels dangers.

C'est la collaboration qui déterminera le futur de ce secteur. Toutes les parties prenantes peuvent jouer un rôle dans cette histoire afin que tout le secteur survive. Comme le dit Dogu, l'objectif n'est pas de capturer une plus grande part, mais de tout faire pour agrandir le gâteau. C'est aussi important de mettre la transparence en avant, d'être approachable et de faire preuve de pédagogie face aux personnes qui ne sont pas encore familières avec les nouvelles réalités. Dogu insiste également sur le fait de sortir de sa zone de confort. En dehors de l'industrie, peu ont conscience du potentiel de ces technologies. Il faut rencontrer des personnes qui ne connaissent pas encore bien les réalités numériques mais qui pourraient en bénéficier : il faut voir des personnes qui travaillent dans le marketing, la santé et leur montrer en quoi ces technologies sont une véritable révolution.