

14/10 | 07:00 | Dominique Malecot **Les vidéos de Brainsonic crèvent l'écran**

L'entreprise parisienne associe le développement de plates-formes et de systèmes d'encodage pour la diffusion en ligne de vidéos et la production de contenus. Elle collabore étroitement avec Microsoft.

En moins de dix ans, l'entreprise parisienne Brainsonic a développé des plates-formes logicielles et des techniques d'encodage qui lui permettent de mettre en ligne des vidéos et des contenus interactifs Rich Media. « *Nous accompagnons notre clientèle, composée essentiellement de grands comptes et de médias, sur toutes les problématiques liées à la vidéo en ligne* », résume Jean-Louis Bénard, président et fondateur de l'entreprise. Vidéos, WebTV et directs, avec possibilités de chat, de référencement vidéo ou de sondages, constituent le quotidien de l'entreprise, qui revendique aujourd'hui le titre de seul partenaire certifié par Facebook en Europe pour la vidéo en ligne. Les prestations de Brainsonic ne se limitent pas à la technique. Elle produit actuellement pour ses clients plus de 700 contenus, reportages, fictions ou interviews par mois. Forte d'une centaine de salariés, l'entreprise enregistre actuellement une croissance organique soutenue et devrait terminer l'année sur un chiffre d'affaires de 9 à 10 millions d'euros. De quoi envisager des acquisitions dans les prochains mois. « *Nous souhaitons continuer à renforcer notre position de premier "pure player" en France, nous développer à l'international et être en mesure de proposer à nos clients un usage d'Internet qui dépasse vraiment le cadre du Web classique. Les terminaux se multiplient et leurs scénarios d'usage aussi. Beaucoup ne sont d'ailleurs pas encore inventés. Le niveau d'interaction qu'on peut avoir avec la vidéo va augmenter et nous souhaitons accompagner les entreprises sur ces sujets* », explique Jean-Louis Bénard.

Un partenariat atypique

Parmi ses clients, Brainsonic compte de grands groupes comme TF1, Accenture, « Les Echos » ou encore Microsoft. Les équipes de Jean-Louis Bénard ont mis en place dans les bâtiments du géant américain du logiciel un studio TV utilisé notamment pour des opérations marketing et communication. Dans le cadre de ce « *partenariat de longue date et atypique* », selon les mots de Jean-Louis Bénard, Brainsonic assure aussi la couverture de grands événements Microsoft, avec des audiences pouvant atteindre 15.000 spectateurs en ligne, conçoit et produit des contenus utilisés en communication tant interne qu'externe.

« *Réciproquement, nous intégrons les technologies Microsoft dans un certain nombre de nos offres logicielles, par exemple pour l'encodage vidéo en ligne de TF1 sur Facebook*, explique le dirigeant. *Nous utilisons aussi leurs systèmes de protection DRM.* » Et, contrairement à une idée reçue, une entreprise telle que Brainsonic ne se sent pas écrasée par le géant.

« *Microsoft travaille beaucoup avec des écosystèmes partenaires et est très attentif au respect du travail de ses fournisseurs* », témoigne Jean-Louis Bénard.

DOMINIQUE MALECOT, Les Echos