

Lancement remarqué d'une antenne américaine

KOEMEI. *La start-up de Martigny à l'origine d'un système de reconnaissance de la parole a annoncé son lancement mondial à la conférence Demo hier à Santa Clara.*

La plateforme Koemei lance un site web accessible au grand public. Jusqu'à présent, le système de retranscription par le biais de reconnaissance de la parole n'était disponible qu'aux investisseurs et quelques clients avisés. «Nous avons même créé un système compatible avec Youtube», se réjouit Temi-tope Ola, CEO.

Le lancement commercial a été annoncé hier, à l'occasion de la conférence Demo, axée sur les nouvelles technologies qui se tient chaque année à Santa Clara, Etats-Unis. «Nous avons également inauguré une antenne américaine à San Francisco, depuis

laquelle nous menons un projet de partenariat avec UC Berkeley et University of California. Ces institutions comprennent en tout dix campus.» Outre les contrats déjà signés auprès de l'université de Genève et l'IMD à Lausanne.

Pour l'instant, Koemei compte quatre employés à plein temps dans ses locaux de Martigny, deux collaborateurs à temps partiel à l'Université de Sheffield et trois responsables du marketing à San Francisco. Le financement de la société dépasse un million de francs.

L'usage de vidéo en ligne est un enjeu crucial pour

les éditeurs de sites web, qu'ils soient des individus, des entreprises ou des institutions publiques. Aujourd'hui, la plupart des sites internet intègrent des supports vidéo pour attirer davantage de trafic. La vidéo représente plus de 60% du trafic global sur internet. Le changement de la nature du contenu du web appelle des nouvelles solutions en termes de référencement. Face à cela, la start-up Koemei créée en 2009 (après huit ans de développement IT) a donc développé un système de reconnaissance de la parole qui pourrait devenir un standard dans les prochaines années.

La stratégie de croissance, relève d'une approche «business to user» qui comprend les divisions traditionnelles entre B2B et B2C. «Notre développement se décompose en trois phases. La première consiste en une démarche directe envers les grandes structures qui forment notre clientèle cible, le cycle de vente dure entre six et neuf mois. Dans la seconde, nous approchons les plateformes de vidéo en ligne utilisées par nos clients, telles Youtube ou Cisco Systems». Le site web DIY (do it yourself) lancé hier représente la troisième et dernière étape du plan de développement. (AR)