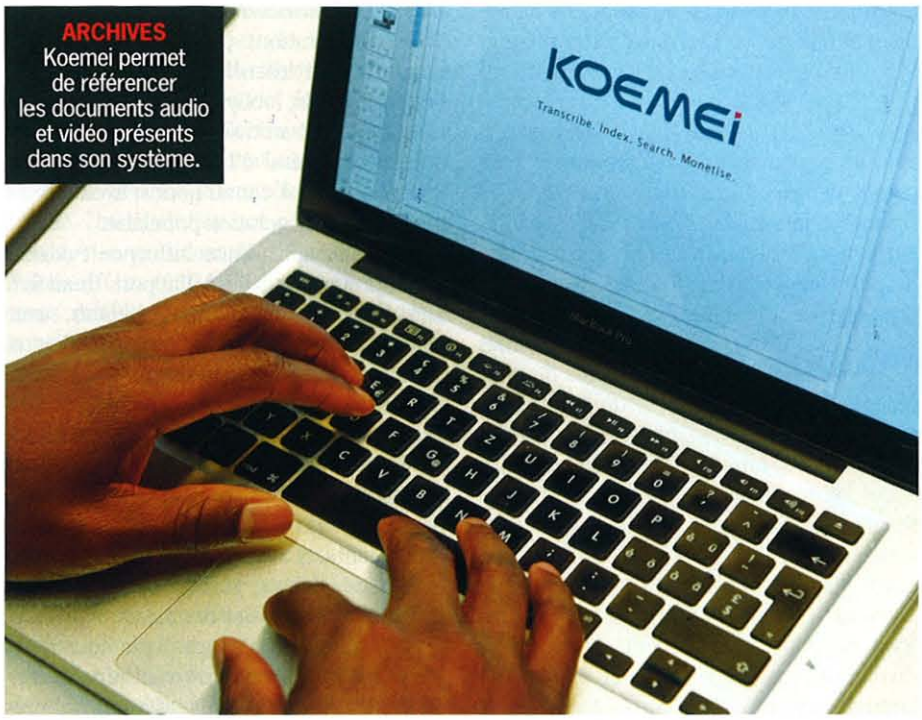

ARCHIVES Koemei permet de référencer les documents audio et vidéo présents dans son système.

INFORMATIQUE

De la voix au texte: comment Koemei espère devenir global

Temitope Ola, CEO d'une petite start-up en Valais, veut diffuser sa technologie pionnière de reconnaissance vocale. **PAR FABIENNE BOGADI**

Avec son projet, Temitope Ola débarque tout droit dans la cour des géants. Depuis octobre 2010, le CEO de Koemei commercialise une technologie performante et bon marché de reconnaissance vocale et de conversion des mots en texte. Une technologie que Google, Microsoft ou Voxeo cherche encore à développer. L'avantage de la start-up suisse: domiciliée à Martigny dans les locaux de l'Institut de recherche IDIAP, une fondation sans but lucratif rattachée à l'EPFL, elle bénéficie directement de l'innovation dégagée par les chercheurs du lieu.

1. Un projet enthousiasmant

Car l'IDIAP est un des meilleurs instituts du monde en matière d'intelligence artificielle et de traitement de signaux. Il y a deux ans, ses ingénieurs ont mis au point un système de reconnaissance vocale multiple, capable d'identifier la parole de plusieurs orateurs et de la retranscrire en texte. «Grâce à quoi, les réunions ou conférences sont accessibles à des tiers, explique Temitope Ola. Contrairement aux systèmes existants qui ne reconnaissent qu'une seule personne à la fois, il peut capturer le flux des données en enregistrant toutes les parties qui parlent.» Autre innovation, le système Koemei permet de référencer les documents audio et vidéo qui entreraient dans le système: «Comme sur Google, l'utilisateur tape un mot-clé, et il obtient la liste complète des vidéos qui le contiennent, les séquences précises où le mot a été prononcé.» Et ce, aussi bien en anglais qu'en russe ou en chinois. Et tout cela à un prix de 50 à 85% inférieur aux coûts actuels.

EN CHIFFRES

300 000 dollars Chiffre d'affaires 2011.

1 million de dollars Chiffre d'affaires 2012.

6 Collaborateurs en 2011.

17 Collaborateurs en 2012.

10 Clients.

En 2009, l'IDIAP cherche un porteur de projet pour déployer le côté business de cette technologie. De son côté, Temitope Ola est en quête de start-up prometteuses à développer. Il a de l'expérience. Il rentre d'un projet de coopération en Afrique avec la Banque mondiale et a déjà, par le passé, mis de jeunes pousses sur les rails. «J'ai rencontré le directeur de l'IDIAP et j'ai tout de suite vu le potentiel de ce système», raconte le jeune entrepreneur. Quel potentiel? «Le marché est énorme, affirme-t-il. Les entreprises, pour leurs formations ou vidéoconférences. Les agences gouvernementales, obligées par la loi de convertir leurs vidéos en textes. Les grandes écoles, pour retranscrire leurs cours.»

Pierre-Yves Bürgi, responsable NTICE de la division informatique de l'Université de Genève et client de Koemei, confirme: «Nous cherchions un système adéquat pour archiver l'ensemble de nos cours, plus de 10 000 heures d'enregistrement depuis les années 1970, et 4000 heures par an. Nous avons contacté six sociétés. Mais soit leur système ne reconnaissait que l'anglais, soit il n'était disponible que sur le Web, soit il était trop cher.» Koemei offrait le meilleur rapport qualité-prix. «De plus, issue du monde académique, cette société comprend nos besoins.»

2. La problématique de Temitope Ola

Début 2011, la start-up possède une technologie de pointe et ses premiers clients. Et un nom, poétique, Koemei, qui vient du japonais «koe» (voix) et du latin «mei» (ma), «un nom jamais prononcé par quiconque et sans aucune connotation nationale». Que lui fallait-il de plus? «Une stratégie, dit Temitope Ola. Ou comment transformer ce produit local, développé au fin fond du Valais, en une entreprise globale.»

PHOTOS: SEDRIK NEMETH

LE PROBLÈME DE KOEMEI
Le système de reconnaissance vocale de Koemei a été développé par une équipe d'ingénieurs au fin fond du Valais. Adapté à toutes les langues de la planète, il s'adresse à une clientèle dans le monde entier. Mais comment faire pour transformer ce produit local en marque globale?

LA SOLUTION DE L'IMD
Koemei doit élaborer une stratégie ciblée: premièrement, rédiger un document de présentation simple, permettant aux clients et investisseurs de comprendre le produit en quinze minutes, une étape simple, mais cruciale; puis, créer le plus vite possible une filiale américaine avec des développeurs et des vendeurs sur place.

Temitope Ola se tourne vers l'IMD. «Là, une équipe pluridisciplinaire d'une dizaine d'étudiants s'est penchée sur notre cas. Elle a examiné le potentiel de croissance, la gestion de la production, le risque, se souvient-il. Et surtout la question du positionnement du produit. A savoir comment le profiler pour séduire le client global.»

3. La solution de l'IMD

L'équipe de la business school lausannoise aide Koemei à développer une stratégie ciblée. Première étape, il s'agit de rédiger un document simple pour expliquer clairement sa technologie. «Il fallait que les clients et investisseurs potentiels comprennent en 15 minutes de quoi il retournait», explique Jim Pulcrano, le professeur de l'IMD qui a suivi le dossier. Deuxième étape, le groupe d'étudiants et Temitope Ola examinent ensemble comment d'autres entreprises au profil identique ont réussi à passer ce stade. Puis ils se rendent à la Silicon Valley pour échanger avec des CEO sur place. «Nous sommes allés chez Adobe, Cisco, Google, dit Temitope Ola. Et là, la solution nous est apparue, limpide: nous devions ouvrir une filiale aux Etats-Unis et y engager des ressources locales, des développeurs et des vendeurs. Et ce, le plus vite possible.» Une stratégie de croissance que le jeune CEO adopte: «Le côté «yes you can» des Américains nous a donné une vraie ambition.»

4. Des clients à la pelle

Depuis le retour de la Silicon Valley, Koemei a trouvé auprès d'investisseurs un financement de plus d'un million de dollars. Et les clients se pressent au portillon. Une dizaine de contrats sont sur le point d'être signés. Parmi eux, de grandes multinationales de télécommunication, des agences gouvernementales, des universités en Suisse, en Europe et aux Etats-Unis. Une croissance rapide. Jim Pulcrano voit deux chemins pour l'avenir de Koemei: «Soit cette société devient une grande compagnie, soit elle est rachetée par une autre grande.»