

COMMUNIQUÉ DE PRESSE INCUBATION TF1 – 12/2015

De nombreux médias reprennent et commentent le communiqué de presse qui annonce l'incubation de FlameFy au sein du programme de TF1 : Business Immo, CBNews, Digital Business News, FrenchWeb, ITespresso, ITRNews, Offre Media, Next Finance, Top Outremer

Liste des articles : [Business Immo](#), [CBNews](#), [Digital Business News](#), [FrenchWeb](#), [ITespresso](#), [ITRNews](#), [Offre Media](#), [Next Finance](#), [Top Outremer](#)

Huit start-ups sélectionnées pour intégrer le programme d'incubation lancé par le Groupe TF1 et Paris&Co

Huit start-ups ont été sélectionnées dans le cadre de l'appel à candidatures du programme d'incubation « Nouveaux produits et services de TF1 ». Les start-ups de cette première promotion seront accueillies dès la mi-décembre 2015 dans le tout nouvel incubateur de Paris&Co, LE CARGO, dédié aux industries numériques culturelles et créatives.

Les huit entreprises sélectionnées proposent des services ayant tous une résonance forte avec au moins l'une des divisions métiers du groupe :

Beyable, amélioration, conversion et optimisation du trafic e-commerce :

BEYABLE est une suite d'outils d'engagement et de reciblage sur-site qui permet aux e-commerçants et aux marques d'augmenter la conversion de leur site web/mobile grâce à une personnalisation d'offres en temps réel, y compris pour les visiteurs inconnus. La technologie de BEYABLE offre des solutions Big Data d'analyse comportementale et prédictive.

Flamefy, solution de recommandation et diffusion d'audience transmédia :

Insightful Audience Activation – Flamefy développe une solution logicielle pour permettre de mieux comprendre son audience pour l'engager avec intelligence. Face à une audience de plus en plus fragmentée, comment trouver les utilisateurs qui s'intéressent véritablement et durablement à vos contenus ? FlameFy répond à cet enjeu en détectant et convertissant, depuis les canaux online et offline, les intérêts de multiples audiences. Le secret réside dans l'analyse de smart data permettant la distribution en temps réel de vos contenus contextualisés et personnalisés. L'ensemble de ces données récoltées est accessible dans notre plateforme SaaS afin de vous permettre de piloter votre communication, prendre les bonnes décisions et optimiser votre monétisation.

Gaminho, le mobile gaming pour communiquer différemment :

Gaminho est un studio de développement de jeux de sport sur mobile fondé par deux frères entrepreneurs et grands amateurs de sport. La société souhaite devenir un acteur majeur de ce marché, en développant des jeux innovants et immersifs, au plus proche de l'écosystème sportif. Le studio met d'ailleurs ses jeux à disposition des acteurs et annonceurs du sport qui souhaitent profiter de l'essor exponentiel du mobile gaming pour communiquer, vendre leurs produits ou faire vivre leurs communautés. Plusieurs partenariats ont été conclus dans le cadre d'événements sportifs majeurs avec des médias français (ex : l'Equipe, TF1) ainsi que plusieurs clubs professionnels (ex : Top 14). Au-delà des sports dits traditionnels (ex : football, rugby, tennis), Gaminho reste très attentif aux tendances sportives émergentes (ex : e-Sport, foot à cinq..) et leurs écosystèmes spécifiques. Les projets de demain sont déjà en préparation !

Glory4Gamers, conjuguer la passion du sport, du jeu vidéo et des nouvelles technologies

Glory4Gamers est le spécialiste des compétitions de jeux vidéo en ligne dites « e-sport ». Concrètement, il s'agit d'une transposition de l'univers des compétitions sportives au monde des jeux vidéo. Grâce à la technologie développée depuis plus de 3 ans, Glory4Gamers propose à tous les joueurs de découvrir l'e-sport dans les mêmes conditions que les joueurs professionnels. Glory4Gamers est en charge de l'e-sport de Sony PlayStation et de Micromania en France et touche déjà plusieurs millions de joueurs.

Lucette, cosmétique & beauté pour une communauté qualifiée :

Lucette.com est le premier site qui propose des recommandations de produits cosmétiques et de routine beauté personnalisées et indépendantes, grâce à un algorithme. Notre algorithme calcule le score d'affinité de chacune

de nos utilisatrices avec tous les produits cosmétiques des différentes marques pour les aider à choisir ceux qui leur correspondent le mieux.

My Hobby Box, de l'initiation à la formation en passant par le coffret découverte :

La start-up My HobbyBox veut devenir l'acteur de référence sur différents segments du marché des loisirs : la dégustation de vin, la cuisine, le théâtre, le chant, la danse, l'aventure. Elle propose pour cela 3 types de produits et services à ses clients : le discovery e-commerce (abonnement box), les cours et ateliers en présentiel, et l'e-learning. My HobbyBox a commencé par se lancer sur la verticale Oenologie et s'est déjà imposé en 3 ans comme le leader de l'initiation à la dégustation de vin en France avec trois activités : les abonnements vins My VitiBox, les cours d'oenologie Prodégustation, et l'e-learning My VitiAcademy (au total, 20 000 clients formés à la dégustation de vin en 2015).

Nunki, vivre et partager l'information autrement

Grâce à son application mobile, Nunki propose au grand public de vivre l'actualité aux côtés de ceux qui sont sur place, au cœur des événements. La technologie repère, agrège et organise en temps réel les meilleurs contenus visuels qui font l'actualité. Au-delà de son application mobile, Nunki propose une technologie de détection de contenus postés sur les réseaux sociaux ayant une valeur informative ou un intérêt marketing à destination des entreprises.

Tiltology, la vidéo interactive et partageable :

« Créez & Partagez des vidéos interactives » Tiltology est une solution vidéo qui permet d'interagir et de créer une nouvelle expérience.