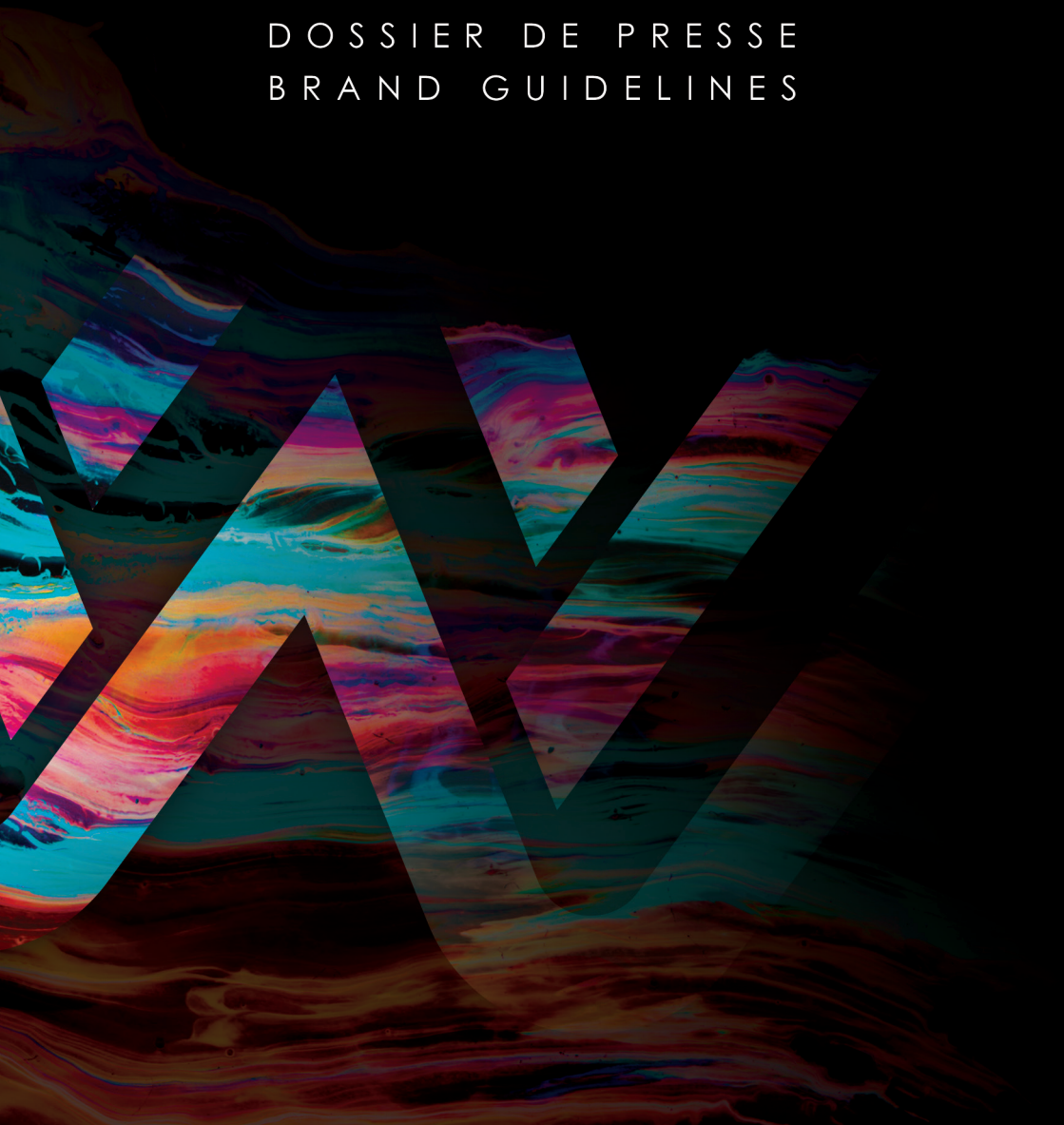




DOSSIER DE PRESSE
BRAND GUIDELINES



Sommaire

3 – 20

La startup

- 5 Nous sommes MWM
- 7 D'une app à une égérie French Tech
- 9 Un petit mot sur Jean-Baptiste Hironde
- 11 Une fière représentante de la French Tech
- 13 Le Monde MWM

21 – 30

Brand Guidelines

- 23 La marque
- 25 Tempo 1 : Le reflet d'une marque de confiance
- 27 Tempo 2 : Le miroir d'une marque palpitante

La

startup

Nous sommes MWM



Nous sommes MWM. Nous veillons chaque jour à imaginer de nouvelles expériences autour de la musique. Nous n'avons qu'un seul objectif : utiliser notre expertise pour apporter au grand public des technologies toujours plus avancées permettant de nouvelles expériences musicales, plus simples et accessibles.

D'une app à une égérie French Tech

Mixer sur smartphone. Une drôle d'idée que s'est pourtant mis en tête Jean-Baptiste Hironde en 2009, alors qu'il était étudiant ingénieur en aéronautique. Accompagné de Nicolas Dupré, son meilleur ami, il relève le pari fou de démocratiser le DJing en proposant une solution moins encombrante et plus simple d'utilisation. En 2012, edjing Mix voit le jour. La première application mobile d'une longue série qui, au fil du temps, a largement dépassé les frontières du DJing.

En décembre 2014, naît Equalizer+, la 2ème application de la startup. Un produit plus grand public qui séduit à son tour des millions d'utilisateurs et qui marque dès lors l'ambition d'MWM : créer un véritable écosystème dans le domaine de la musique.

3 ans plus tard et après 10 lancements d'apps réussis (dont Equalizer+, Stream ou Music Mate), l'obtention du statut "Top Developer" sur Android, 4 nominations en tant que "Meilleure Application de l'Année" par Apple et Google et des clients dans 182 pays, MWM fête son 100,000,000ème téléchargement et devient 9ème éditeur mondial d'applications musicales.

Mais MWM, ce n'est pas qu'un écosystème d'applications. Guidée par la volonté de créer des expériences musicales toujours plus innovantes, la startup a rapidement décidé de se lancer un nouveau défi : développer des objets connectés pour étendre l'usage de ses applications. Pari

réussi avec la sortie en 2015 de Mixfader, le 1er crossfader sans fil permettant aux DJs de scratcher n'importe où. Aujourd'hui, Mixfader - qui a obtenu l'appui des plus grands artistes de la scène scratch comme celui de DJ Q-Bert ou de DJ Excess - compte des milliers de clients à travers le monde et est à l'origine d'un mouvement planétaire, véritable renouveau dans le monde du scratch qui rend la pratique du turntablism plus portable et plus mobile : le portablism.

Cette stratégie de diversification bien affinée a su séduire les plus prestigieux fonds d'investissements, à l'image d'HDF ou d'Entrepreneur Venture. Une confiance également accordée par les pères du milieu de la musique, comme le DJ et producteur Martin Solveig, le fondateur de Deezer Daniel Marhely ou le Manager de David Guetta Jean-Charles Carré, qui ont tous les trois personnellement investi dans la société.

Aujourd'hui, MWM compte parmi les success stories françaises qui rayonnent à l'échelle mondiale. En tant que figure emblématique de la French Tech, la société est très fière de porter les couleurs de la France à l'international et a d'ailleurs été sélectionnée par le gouvernement pour devenir ambassadrice de la campagne de communication internationale "Créative France" menée par Business France.

A portrait of Jean-Baptiste Hironde, a man with glasses and a dark sweater, sitting at a desk with his hands clasped. The image is overlaid with a semi-transparent purple filter.

Jean-Baptiste Hironde

FOUNDER & CEO - MWM

<https://www.linkedin.com/in/jeanbaptistehironde/>
<https://twitter.com/JBHiro>

Âgé d'à peine 30 ans, Jean-Baptiste Hironde incarne un entrepreneurat jeune, innovant et audacieux, en quête permanente de nouveauté. C'est en 2009 qu'il crée sa société, alors qu'il est encore étudiant en école d'ingénieur aéronautique. Il devient dès lors, à seulement 22 ans, un chef d'entreprise plein de fougue prêt à conquérir le monde grâce à un pari fou : celui d'inventer de nouvelles expériences musicales, celles qui deviendraient les usages de demain.

Jean-Baptiste imagine alors les contours de son premier produit, edjing. Ingénieur de formation, il n'hésite pourtant pas à prendre le crayon pour concevoir les premières versions de l'application ou les supports de communication. Tour à tour graphiste, commercial, ingénieur et marketeur, Jean-Baptiste adopte une panoplie de casquettes tandis que son meilleur ami, Nicolas Dupré, se charge du développement technique.

Aujourd'hui, le jeune entrepreneur a réussi son pari. Cinq ans après la création de son premier produit, sa société est en passe de devenir le leader mondial de l'édition d'applications musicales grâce au lancement d'une panoplie de produits allant du jeu à la production.

Véritable "serial createur", Jean-Baptiste est un chasseur d'innovations, un sprinteur, un orateur, capable de transformer ses idées en réussites avérées. 100 millions de téléchargements, 45 salariés, 9 applications et 1 objet connecté sont là pour le prouver.

“ **Votre ambition vous dicte ce que vous entreprenez mais seule votre volonté vous permettra d'entreprendre.**

Jean-Baptiste Hironde

Une fière représentante de la French Tech



Campagne Créative France

Une startup qui mêle Innovation et Made in France ? Il n'en fallait pas plus pour que MWM soit remarquée par le gouvernement français et devienne égérie de la campagne de communication internationale "Créative France" menée par Business France qui valorise la force créative française à travers le monde.



Ouvrage *What If...french startups re-imagining the world*

Distribué à l'occasion du CES 2017, l'ouvrage *What if... French startups re-imagining the world* de Business France met en avant le savoir-faire et l'innovation française. Un ouvrage de 27 pages dans lequel une poignée de startups ont été sélectionnées pour y présenter leur histoire et leur innovation, et MWM figure fièrement !

Noël de la French Tech

Le Noël de la French Tech est un collectif de startups qui proposent aux français des idées de cadeaux innovants pour les Fêtes. À l'approche de Noël, tous les produits sont listés et disponibles à la vente sur un seul et même site web, et MWM y propose depuis 2016 son objet connecté, Mixfader.



182 pays

97% d'audience
à l'international

9 applications

9^e ÉDITEUR
MONDIAL
D'APPLICATIONS
MUSICALES

1 objet
connecté

100
MILLIONS de
téléchargements

45 salariés



edjing mix

Plus connue pour être l'application DJ la plus téléchargée au monde et pour avoir été élue "Meilleure application de l'Année" par Apple et Google, edjing Mix transforme n'importe quel smartphone en véritable équipement DJ et repousse les limites du mix sur mobile, offrant ainsi une liberté de création sans limite.

Meilleure Application de l'Année - Google Play

Meilleure Application de l'Année - App Store



Equalizer +

Avec plus de 35 millions de téléchargements, Equalizer+ est l'un des players de musique les plus téléchargés au monde. En plus de sa bibliothèque musicale intelligente, l'application met à disposition un égaliseur de fréquence à 5 bandes permettant de modifier le rendu sonore de ses musiques.

Meilleure Application de l'Année - Google Play



edjing pro

edjing Pro est l'application DJ professionnelle la plus optimisée sur smartphones et tablettes. Elle a été conçue pour proposer le même niveau de performance qu'un contrôleur DJ tout en conservant la facilité d'utilisation d'un smartphone.

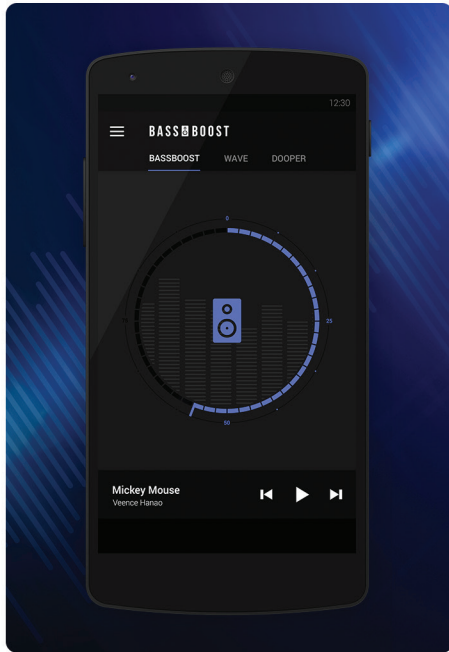
Nomination aux DJ Mag Tech Awards



Stream

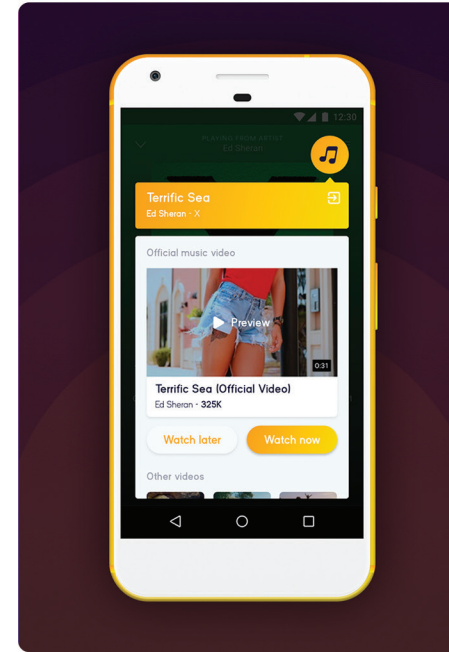
Stream est un player YouTube permettant d'écouter tous les clips musicaux de la plateforme, mais aussi d'accéder à des radios thématiques et à des suggestions personnalisées. Tout cela, en ayant la possibilité d'utiliser la miniature flottante pour une écoute permettant le multitâche.





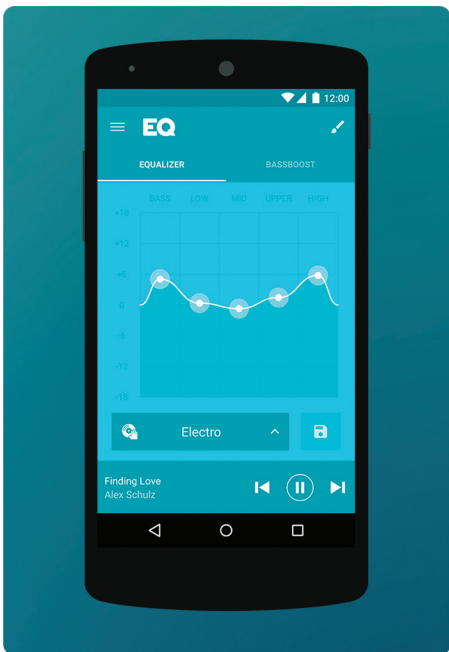
Bass Booster

Comme son nom l'indique, Bass Booster augmente les basses de vos musiques, qu'elles proviennent d'iTunes (pour les appareils iOS) ou de sources de streaming comme SoundCloud ou Deezer (pour les appareils Android).



Music Mate

Music Mate est le lien manquant entre les vidéos YouTube et les players de musique. L'application trouve automatiquement les clips officiels des morceaux en cours de lecture. Music Mate est compatible avec de nombreux players MP3 ou streaming, dont Spotify, Play Musique, Pandora et bien d'autres.



EQ

EQ n'est pas seulement un player de musique. C'est un outil qui améliore la qualité d'écoute de morceaux issus d'une multitude de sources musicales comme SoundCloud ou Spotify grâce à son égaliseur de fréquence à 5 bandes.



QuizTube

QuizTube est un quiz musical basé sur les clips des morceaux à rechercher. Du Rap au Rock, des années 80 aux hits du moment, l'application propose de nombreux thèmes et catégories : il y en a pour tous les goûts !



MIXFADER

Mixfader est le premier fader portable sans fil au monde qui fonctionne de pair avec son application dédiée, Mixfader dj. Ensemble, ils offrent un setup DJ pro ultra portable et performant, pour exprimer son art partout, tout le temps.

110,000 euros de dons sur Kickstarter

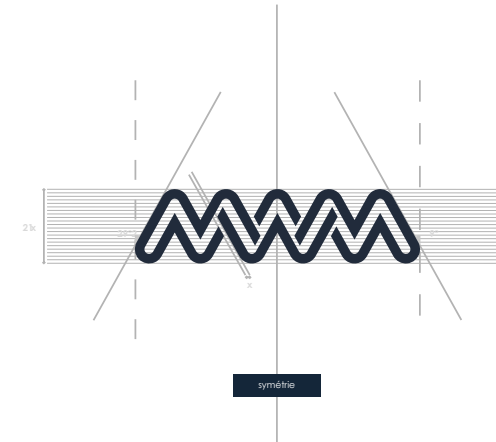
Le Meilleur des objets connectés - NRJ



Brand

Guidelines

La marque



NOM

MWM, c'est avant tout un symbole. Le symbole de la musique numérique.

MWM c'est un nom visuel, un wordmark. Trois lettres qui évoquent son origine, son essence.

Chacun peut y reconnaître les sinusoïdes propres à la musique numérique mais aussi à l'émotion d'un battement de cœur.

MWM c'est un nom qui donne le rythme, celui du futur de la musique digitale. Trois lettres qui portent tout un projet, toute l'identité de la marque.

LOGOTYPE

De ce mot-image, découle un logo tout en oscillations qui renvoie vers l'imaginaire de la musique. Sa construction, ses lettres qui s'emboîtent entre elles, expriment la synchronisation des médias, de la musique et du monde (world).

ANGLE

29°. Voilà l'angle précis de cette diagonale structurante qui permet de rythmer les contenus dans les mises en page.

UN LOGO, DEUX TEMPOS

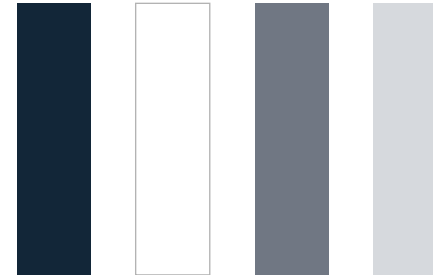
À la croisée de deux mondes, la musique et le média, MWM est une marque aux multiples expressions. Deux tempos donnent vie à toutes ses facettes.

MWM peut, selon son public, revêtir au choix une expression statutaire et épurée ou incarner sa dimension très émotionnelle et artistique. Elle sera toujours juste.

Tempo 1

Le reflet d'une marque de confiance

Statutaire et épuré, le Tempo 1 s'exprime sobrement en monochrome. Il permet d'asseoir l'autorité de la société, de signifier sa valeur et son expertise. Par là-même, il l'accrédite et contribue à convaincre les partenaires institutionnels BtoB.



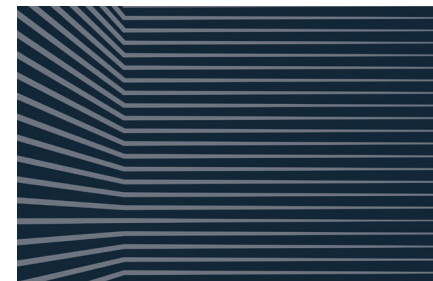
Couleurs de marque - La force tranquille symbolisée en deux couleurs.

Du noir et du blanc pour l'identité et un univers graphique jouant sur toutes les palettes du gris, signifiant la puissance, la maîtrise, l'intelligence et la vision.



Photographies - Le moteur d'MWM : une équipe en action.

Des prises de vue non figées encapsulant des flares de couleur pour figurer l'énergie créative, dans lesquelles chacun entrevoit l'esprit MWM : une équipe passionnée et dynamique, toujours en mouvement, évoluant dans un environnement résolument stimulant.



Éléments graphiques - Un environnement fait de connexions.

Les trames illustratives sont les retranscriptions esthétiques et vivantes des données collectées par MWM. Véritables compositions picturales faites de lignes et de points, elles donnent à voir l'invisible et expriment la multiplicité des connexions inhérentes à la conception et à l'usage des produits MWM.

Tempo 2

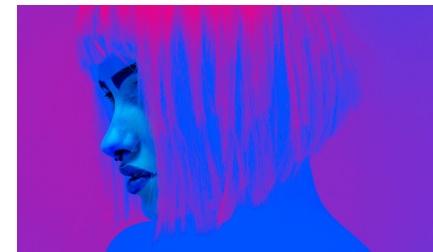
Le miroir d'une marque palpitante

Habillée de couleurs, MWM incarne alors une marque « entertainment », provocatrice d'émotions liées à la musique. Elle est à l'image de ses utilisateurs, colorée, vivante, expressive. Elle se teinte de mille variations, d'autant de couleurs que d'expressions. Chacun vivant la musique à l'aune de sa sensibilité. Les trames lumineuses, les zooms exagérés au cœur de la matière musicale traduisent le dynamisme et la chaleur d'une marque qui sait créer un lien émotionnel fort avec ses utilisateurs.



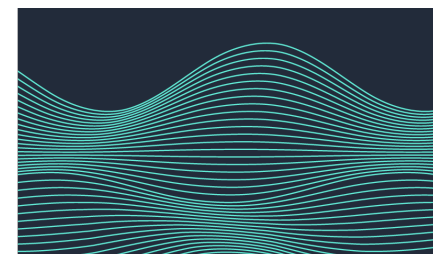
Couleurs de marque - Toute la chaleur de la musique dans un jeu de 7 couleurs.

Avec sa palette de couleurs vives et lumineuses, le tempo 2 révèle une marque fondamentalement émotionnelle et audacieuse. Une marque qui joue avec ses lettres, des lettres qui se parent de couleurs et s'animent de flux graphiques pour exprimer toute l'intensité et la diversité de l'univers musical.



Photographies - Quand la musique s'entend sur une image.

C'est via le choix de photographies magnétiques qui aimantent le regard, que MWM propose de pénétrer au cœur de son univers artistique : des «data-paintings», visuels abstraits très aspirationnels au cœur d'un data vivant, de la pulsation de l'information ou des visages à la densité spectrale révélant la richesse et l'intensité des émotions.



Éléments graphiques - Un zoom au cœur de la musique.

Moins techniques, ou mathématiques, les trames illustratives s'assouplissent, ondulent, prennent de la rondeur et invitent à l'immersion dans la dimension musicale de MWM.

Un nom
Un logo
Une identité

Mais toujours les mêmes valeurs pour porter plus loin
les nouvelles ambitions de MWM.



musicworldmedia.com