

Memorizer lève des fonds pour développer une IA de recommandations culturelles

MADDYCROWD - la startup Memorizer, l'application française qui met l'intelligence artificielle au service de nos expériences culturelles, ouvre son capital au grand public à partir du 28 mai 2024 via Sowefund après avoir clôturé une levée de 1,7 million d'euros.

Temps de lecture : minute

3 juin 2024

La bibliothèque municipale et le vidéoclub ont progressivement cédé leur place à un univers infini d'options numériques accessibles en quelques clics. Amazon, Netflix, Disney+, Spotify... Si, à première vue, cette profusion de choix peut sembler réjouissante, elle s'avère être un véritable casse-tête. Et il devient de plus en plus difficile de se souvenir de ce qui nous a plu, de ce qui nous a touchés, pour le recommander à notre tour à un ami ou simplement pour faire un choix en accord avec nos aspirations profondes.

Pour optimiser le stockage, la recherche et le partage de ses expériences culturelles, Charles Baron a lancé, en 2020, l'application Memorizer qui permet de capturer des photos, des notes et recherches web des expériences culturelles de l'utilisateur, puis de les étiqueter et les catégoriser automatiquement à l'aide de l'IA. « *D'une multitude de notes éparses, nous passons à une organisation structurée qui permet de retrouver facilement ce qui nous a plu grâce aux API et à une intelligence artificielle de reconnaissance d'image* », explique le CEO.

Des algorithmes pensés pour aider l'utilisateur

Récemment, une nouvelle IA générative a été intégrée, cette fois-ci conçue pour découvrir de nouvelles propositions culturelles ou des arts de vivre en lien avec les coups de cœur précédents. *« Grâce à des algorithmes pensés pour aider l'utilisateur, Memorizer recommande des films, des séries, des restaurants, des livres - en fonction de l'auteur ou du ressort émotionnel suscité. Tout est organisé, enrichi et partageable. Nous entrons dans une nouvelle génération de listes, pour gagner du temps à la librairie ou le soir devant Netflix. »*

A l'avenir, Memorizer entend intégrer de nouvelles IA pour confondre les aspirations de plusieurs personnes et générer des suggestions pour un couple ou des amis soucieux de regarder un film qui plaira à chacun d'entre eux.

Bientôt un modèle "extrêmement rentable"

Fort du succès de sa première application Stootie - revendue en 2018 à Cdiscount -, Charles Baron est parvenu, seulement quelques mois après le lancement de Memorizer, à lever 900.000 euros pour accélérer son développement et son déploiement. Jean de la Rochebrochard et Nicolas Santi-Weil, directeur général de la marque Ami, entrepreneur XXL et fondateur de la French Touch - pendant créatif de la French Tech - ont notamment participé à ce financement.

« Les taux d'utilisation et de rétention sont excellents. Et pour cause, plus on enregistre des souvenirs, plus la valeur de l'application devient perceptible. Memorizer - gratuite avec une version premium - a été téléchargée plusieurs centaines de milliers de fois, 50.000 utilisateurs sont actifs et 5 millions de "memories" ont déjà été publiés », rappelle

Charles Baron.

Aujourd'hui, la startup lance, sur la plateforme Sowefund, une campagne de financement participatif destinée à compléter une seconde levée de fonds de 1,7 millions d'euros, réalisée auprès de Kima Ventures (actionnaire depuis les débuts) et de nouveaux investisseurs de renom comme Jonathan Cherki (Contentsquare), Alban Denoyel (Sketchfab), Thomas Rebaud (Meero) ou encore Laurent Bucquet (Vertech Finance).

Ces fonds permettront à la startup d'aller plus loin dans l'intégration de l'IA, mais aussi de déployer l'application aux États-Unis. *« Les Américains, qui ont une longueur d'avance en matière d'abonnements en tout genre, sont aujourd'hui plus enclins que les Français à adopter la solution que nous proposons. Les taux de conversion y sont plus élevés : 9 % aux États-Unis contre 3 % ici. Mais, sans nul doute, la France va prendre le même chemin. Par essence, les applications sont scalables. »*

Pour prendre part à la campagne de financement participatif, c'est par ici.



À lire aussi

IA : ce que les startups peuvent espérer tirer de la nouvelle stratégie française



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maddyness avec Sowefund