

Omi lève 13 millions d'euros pour propulser son outil de création de visuels 3D sur le marché américain

Après avoir fait ses armes en Europe depuis son lancement en pleine pandémie de Covid-19, Omi veut désormais traverser l'Atlantique. C'est l'ambition derrière sa nouvelle levée de fonds menée par Dawn Capital.

Temps de lecture : minute

17 juin 2024

Omi veut passer à la vitesse supérieure à l'international. Dans cette optique, la société, qui développe un outil de génération de photos et de vidéos 3D pour les marques, annonce avoir bouclé un nouveau tour de table en série A de 13 millions d'euros mené par Dawn Capital. Founders Future, le fonds de Marc Menasé (actionnaire de *Maddyness*, ndlr), et des business angels, à l'image de Paul Robson, ancien patron de la branche internationale d'Adobe, ont également participé à l'opération. Celle-ci succède à une levée de fonds de 6 millions d'euros réalisée il y a deux ans.

Fondée en 2022 par les frères Hugo et Paul Borensztein, la jeune pousse tricolore s'est attelée à mettre au point une technologie pour permettre aux marques de modéliser leurs produits en 3D, de manière à ce qu'elles puissent générer facilement des visuels photos et vidéos ultra-réalistes, sans compétence technique nécessaire pour irriguer tous les canaux de communication (sites e-commerce, réseaux sociaux, campagnes d'acquisition...). Une aubaine alors que les marques doivent toujours

communiquer plus rapidement et de manière qualifiée à l'ère des réseaux sociaux.

15 % du chiffre d'affaires à l'international

Avec sa solution, Omi souhaite ainsi leur faire gagner un temps précieux en leur permettant de s'affranchir des contraintes de photoshoots physiques et d'accéder à un design de qualité pour leurs visuels sans dénaturer leur identité de marque. *«Nous pensons que la création de contenu visuel produit doit être un plaisir et non une contrainte. Nous offrons aux marques une solution clé en main leur permettant d'obtenir des résultats inégalés, tant en termes de créativité que de performance»*, assure Hugo Borensztein, co-fondateur et CEO d'Omi.

Avec son approche, la société française revendique des centaines de clients, à l'image de Clarins et Nestlé. Mais celle-ci présente en Europe continentale et au Royaume-Uni, veut passer un nouveau cap dans son développement en faisant fructifier sa part du chiffre d'affaires à l'international, qui représente aujourd'hui 15 % de ses revenus.

Dans ce cadre, la startup prévoit de se lancer sur le marché américain. *«Grâce à cette levée, nous avons à cœur de passer d'une vision paneuropéenne à une vision internationale, afin de déployer notre technologie outre-Atlantique»*, indique le patron d'Omi. En parallèle, l'entreprise entend s'appuyer sur son nouveau financement pour renforcer son équipe de 45 collaborateurs et déployer de nouvelles fonctionnalités nourries à l'IA générative pour que les marques puissent créer des contenus toujours plus créatifs.



À lire aussi

Omi, expert de la modélisation 3D, planche sur le commerce en ligne de demain



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

