

Sportrizer lève 1,2 million d'euros pour étendre son champ d'action

Par Isabelle Jaffré, le 08 septembre 2020

Grâce à une levée de fonds d'1,2 million d'euros auprès de business angels, la start-up de Quimper Sportrizer va élargir son site de ventes de places pour sports et loisirs à un service météo et une plateforme par abonnement de vidéos dédiées.



▲ Yann Amice, Tom Marsal et Mathieu Romeuf sont les trois associés de Sportrizer. — Photo : © Isabelle Jaffré

Sportrizer, site de ventes de places pour sports et loisirs, est prête à accélérer. La start-up quimpéroise vient de lever 1,2 million d'euros auprès de business angels pour poursuivre son projet d'univers autour de sa plateforme référençant les offres de loisirs. La deuxième version de son site, destinée aux mobiles, sortira dans les prochaines semaines. « Nous avons accentué la simplicité d'usage pour les utilisateurs », explique Tom Marsal, président et cofondateur de Sportrizer en 2016. Surtout, la jeune entreprise de 11 salariés, qui préfère rester discrète sur son chiffre d'affaires, prévoit d'accompagner cette sortie avec deux nouveaux services, destinés à former un « univers » autour de la plateforme principale : Sportrizer.com.

Météo et vidéos

Le premier complément à la plateforme de ventes est une offre météo, développée par Yann Amice. Ce météorologue pour les athlètes olympiques en voile et en ski a rejoint Sportrizer à l'été 2019. L'algorithme qu'il a créé pour Sportrizer va permettre de proposer des activités adaptées à la météo du jour. « On est capable de proposer des données météo et de qualité de l'air sur des zones très précises : une plage, un stade, une rue... », précise

Tom Marsal. Le site donnera des indications basiques avec des codes couleurs, mais aussi des données plus complexes pour des sportifs plus avertis. La Fédération française de Voile a été parmi les premiers clients à adopter le service.

Le troisième étage de la fusée que veut devenir Sportrizer se nommera Sportrizer.tv. « Nous souhaitons faire une sorte de Netflix avec des vidéos de nos sportifs ambassadeurs, des tutoriels de la part des professionnels, etc. L'abonnement sera de 5,99 € par mois et nous visons 80 000 utilisateurs », indique Tom Marsal. Les vidéos seront aussi une offre proposée aux professionnels de sportrizer.com afin d'améliorer leur communication.

Vers le marché européen

Dans les deux cas, l'objectif est de stimuler les ventes de la plateforme Sportrizer.com. « Les deux sites météo et vidéos doivent nous permettre d'attirer de nouveaux clients en leur proposant automatiquement la bonne activité là où ils sont selon la météo et en leur donnant envie de tester des sports grâce aux vidéos. Nous avons déjà su attirer les professionnels des loisirs en proposant les places réellement disponibles chez eux. Nous sommes passés de 800 offres à plus de 5 000 en un an. Aujourd'hui, nous commençons à attirer de plus en plus de clients : 50 % de nos ventes se font uniquement avec le référencement naturel, ce qui prouve un potentiel important », se réjouit le président.

Avec cet « univers », Sportrizer vise d'abord sa consolidation sur le marché français avant de s'attaquer à l'Europe. « On va démarrer en Allemagne qui est un marché déjà très axé sur le numérique », note Tom Marsal. Et pour l'aider à structurer l'entreprise, le cofondateur a décidé de s'appuyer sur des actionnaires qui apportent de l'argent, mais aussi des expertises. « Le tour de table s'est effectué auprès d'investisseurs qui nous apportent leurs expériences dans l'hôtellerie, le tourisme, les RH, etc. Nous avons obtenu le double de ce que nous voulions au départ », se réjouit-il. Une deuxième levée de fonds pourrait suivre très prochainement. « Nous avons été contactés. Si une opportunité se présente, nous ne la laisserons pas passer ! », affirme le jeune entrepreneur.

MOTS-CLÉS **LOISIRS** **SPORT**

POURSUIVEZ VOTRE LECTURE