

# Jam lève un million d'euros pour son service de recommandation par texto

---

**Après une première levée de fonds de 330 000 euros l'année dernière, le service d'assistance à intelligence artificielle Jam annonce avoir bouclé une seconde levée d'1 million d'euros qui lui permettra d'accélérer son développement.**

---

Depuis avril 2015, Jam répond à toutes les demandes des étudiants français via sms, de la plus sérieuse à la plus farfelue. Grâce à son intelligence artificielle, le service peut être utilisé pour dénicher des bons plans, trouver un appartement et même un stage ! Lancé auprès des étudiants de grandes écoles comme Sciences Po, Jam revendique aujourd'hui 25 000 utilisateurs et enregistre 6000 messages par jour.

## **Objectif : 80% de requêtes traitées uniquement par l'intelligence artificielle**

Pour l'étudiant, rien de plus simple que de demander un conseil à Jam, il lui suffit d'envoyer sa question par message avant qu'une conversation s'engage avec l'intelligence artificielle pour qu'elle puisse enregistrer les goûts et les usages de son interlocuteur. Le service fonctionne également via Facebook Messenger, et bientôt via Twitter et WhatsApp. Actuellement, Jam traite 30% des requêtes grâce à l'intelligence artificielle seule, 50% grâce au tandem intelligence artificielle/humain, le but étant d'atteindre 80% de réponses complètement automatisées d'ici fin 2016.

Pour ce faire, la jeune pousse vient de boucler un second tour de table d'1 million d'euros auprès du fonds de capital risque ISAI (Seed Club) et de ses actionnaires historiques l'Ange Basile (business angels de Sciences Po), André et Arnaud St-Mleux, Mandarin Consulting et Patrick Benoît (ancien VP chez Cap Gemini), après une première levée de 330 000 euros à son démarrage.

## **Un service destiné aux étudiants, qui intéresse de plus en plus les marques**

Pour Pierre Kosciusko-Morizet, cofondateur de PriceMinister qui a investi dans la jeune pousse, « *L'une des grandes forces de Jam est d'avoir su rendre humaine et accessible l'intelligence artificielle, qui sera l'un des grands enjeux de demain* ». L'objectif affiché pour 2016 : lancer le service à l'étranger et doubler les effectifs - 7 collaborateurs et 2 associés à ce jour-. Avec en ligne de mire de séduire toujours plus d'étudiants.

*« Jam est destiné aux étudiants ; nos partenariats, bons plans etc. vont dans ce sens. Mais nous savons qu'environ 5% de notre base n'est pas étudiante - et cela ne pose pas de problème ! Si le service Jam leur est utile, tant mieux. Notre priorité sera de s'étendre à l'étranger en gardant la cible étudiante, plutôt qu'en France sur d'autres populations. C'est ce positionnement qui rend Jam compétitif et pertinent face aux géants (Apple, Google...). »* , explique Marjolaine Grondin, cofondatrice de Jam.

Le service Jam est enrichi grâce à 40 partenaires et agrégateurs comme Airbnb, Blablacar, Uber, Deliveroo, la CNAV, Engie, ou encore Solucom. Si la recommandation intéresse de plus en plus d'acteurs, les marques en premier lieu, Jam n'entend pas partager sa technologie pour le moment, « *nous sommes très sollicités par des marques, organismes et même institutions publiques mais notre société est encore trop jeune pour proposer son outil en marque blanche* » , conclut Marjolaine.