

Allianz France investit dans Semji

Allianz France entre au capital de Semji, une plateforme française dédiée à l'optimisation du référencement naturel des contenus, via son fonds d'investissement InnovAllianz.

Semji, au service du référencement naturel des entreprises

Semji propose, grâce à l'intelligence artificielle, d'optimiser le référencement naturel de ses clients en produisant des contenus plus performants. *“Nous gérons l'ensemble du contenu pour les équipes marketing, de la création avec un générateur d'idées, jusqu'à la publication”*, commente Bertrand Girin, co-fondateur et CEO de [Semji](#).

Fondée il y a dix ans par Bertrand Girin, ancien investisseur devenu entrepreneur, Nicolas Nguyen, une référence dans le monde du SEO et trois autres co-fondateurs non-exécutifs, Semji était au départ une agence SEO. Depuis trois ans, les équipes ont développé la plateforme, qui représente aujourd'hui 60% du chiffre d'affaires, et leur a permis d'atteindre l'équilibre, il y a deux ans.

Semji a des bureaux à Montréal et à Lyon, mais ses clients sont aussi aux États-Unis et dans d'autres pays européens. Ses principaux concurrents sont Frase, Conductor ou le français SEOQuantum. *“Il est difficile d'avoir des chiffres sur les parts de marché, mais, avec près de 300 clients, nous sommes aujourd'hui leader sur les entreprises de plus de cent personnes”*, déclare

Bertrand Girin.

Un nouveau tour de table avec InnovAllianz

Auparavant, Semji avait déjà réalisé deux tours de table auprès de business angels avec des profils entrepreneuriaux. *“Je suis un ancien du capital-risque, au-delà du montant levé, je regarde surtout la couleur de l’argent et ce que l’investisseur peut nous apporter comme valeur”*, comment Bertrand Girin. Pour ce tour, deux nouveaux business angels investissent aux côtés d’Allianz France, Patrice François, directeur associé de Digimind et Frank Brusco.

Allianz investit via son fonds InnovAllianz. *“Nous sommes très sélectifs et ne réalisons que quelques investissements par an. Quand on investit chez un fournisseur de services, nous sommes d’autant plus précautionneux. Nous ne choisissons que des pépites et des startups avec lesquelles la relation sera pérenne”*, commente Jean-Baptiste Perret Torres, directeur de la stratégie, de l’innovation et du M&A d’Allianz France.

Allianz France est utilisateur de la plateforme Semji depuis deux ans. *“Les résultats sont sans appel. Sur le SEO, nous sommes partis de positions lointaines pour atteindre le top 3 sur nos principaux mot-clés”*, explique Jean-Baptiste Perret Torres, qui note la contribution significative de Semji au développement du canal digital d’Allianz.

Frédéric Bizière, Directeur Leads & Data d’Allianz France devient membre du comité stratégique de Semji. *“Ce comité est composé de six personnes qui ont toutes des compétences complémentaires. Frédéric apporte la vision client du marché et va notamment nous aider sur le développement international”*, partage Bertrand Girin.

Ce comité va travailler sur le business plan de Semji pour les cinq prochaines années, qui sera déployé en partie grâce à cette dernière levée. *“Nous visons 12 millions d’ARR dans les cinq prochaines années. Cela passera par l’internationalisation et le développement de notre scope fonctionnel, comme l’intégration d’une intelligence artificielle type ChatGPT, pour continuer à développer le trafic, faire gagner du temps à nos clients et leur permettre de mesurer facilement leurs résultats”*, conclut Bertrand Girin.

Article écrit par MANON TRINIAC