Le jeu sportif Omada lève 7,1 millions d’euros pour s’envoler aux Etats-Unis

En deux ans, l’alternative aux paris sportifs payants a séduit une partie de la génération Z en Europe. Pour poursuivre son expansion à l’international, la société vient de réunir une communauté d’investisseurs, dans le monde du gaming, du sport et des médias.

Temps de lecture : minute

27 septembre 2023

Pour séduire la jeune génération, Omada a mis au point un jeu à la croisée du gaming, du social et du sport. *« La jeune génération se désintéresse de plus en plus des jeux classiques. Ils ont besoin de s’attacher à une communauté et à un média. »* Sur une application mobile, les joueurs prédisent le résultat d’un match de foot, de basket ou de tennis. *« L’idée est d’affronter ses amis en ligne. A la fin de chaque semaine, un classement permet de voir ceux qui ont le mieux performé. Et, en fonction des résultats, on peut améliorer son avatar ou interagir avec sa communauté »*, détaille Adrien Miniatti, fondateur et dirigeant de la startup.

Omada compte désormais 300.000 utilisateurs, dont 40 % en France. Le jeu, lancé il y a deux ans dans l’Hexagone, a rapidement été testé dans d’autres pays européens mais aussi aux Etats-Unis et au Japon. *« Nous nous sommes rendus compte que l’engagement était le même dans les différents pays où nous avons fait des tests »*, assure le dirigeant. En novembre 2022, pendant la Coupe du monde de football, la société a donc lancé une version au Royaume-Uni, en Espagne, en Italie et en

Allemagne. Depuis cet été, elle tente également d'investir le marché américain.

Une première levée de fonds pour s'entourer de compétences

Pour s'implanter outre-Atlantique, Omada vient de réaliser son premier tour de table, mené par Felix Capital. La société, accompagnée par 20VC, Play Ventures, F4, Motier Ventures, et Athletico Ventures, a réuni 7,1 millions d'euros. Elle accueille également un groupe d'investisseurs individuels comme Xavier Niel, Akin Babayigit (fondateur de Tripledot Studios), Pierre Antoine Capton (fondateur de Mediawan) ou encore Claire Valoti (ancienne vice-présidente EMEA de Snap).

« Felix capital est un fond qui connaît bien l'univers du gaming et qui nous ouvre sa communauté de partenaires et de business angels. L'objectif pour nous est surtout de nous entourer d'investisseurs compétents dans l'univers du sport, du gaming et des médias », précise Adrien Miniatti, qui réalise notamment des vidéos TikTok pour renforcer l'aspect communautaire de sa marque et souhaite intensifier les moyens de communication.

Être épaulé pour la monétisation

Omada veut profiter de l'engouement autour de la reprise de la NFL, le championnat de football américain, pour s'implanter aux Etats-Unis. Mais la société a également besoin d'avoir une connaissance fine de la consommation de sport outre-Atlantique. *« En Europe, ça tourne beaucoup autour du foot mais aux US c'est très différent, nous avons donc besoin de nous adapter au marché local »*, poursuit le dirigeant. Dans le même temps, la première levée de fonds de la société va lui permettre d'être épaulée pour monétiser son produit. Aujourd'hui, le

modèle économique de la startup repose sur la vente de « bonus », tels que des boosters pour améliorer l’expérience de jeu.

> *L’idée est d’aider la société à atteindre son seuil de rentabilité, qu’elle prévoit pour le début d’année prochaine aux Etats-Unis et plutôt pour mi-2024 en Europe.*

Car la base du jeu - la mécanique de prédiction quotidienne - est gratuite. *« L’idée est de proposer une alternative saine aux paris sportifs payants. Aux Etats-Unis, on constate que plus de 750.000 jeunes souffrent de problèmes d’addiction aux paris »*, souligne le dirigeant. À terme, Omada ambitionne de devenir la marque de référence pour les fans de sport de la génération Z. La société de 20 salariés envisage d’ailleurs de recruter 10 personnes d’ici le début d’année 2024 pour atteindre ses objectifs.

MADDYNEWS

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

JE M’INSCRIS

Article écrit par Jeromine Doux