

Groover lève 7,5 millions d'euros pour sa plateforme de promotion musicale

La startup Groover, qui promet aux artistes indépendants un retour écrit de la part des très sollicités professionnels du secteur, compte renforcer les effectifs de ses bureaux de Paris et New York grâce à sa levée de fonds.

Temps de lecture : minute

13 février 2024

Lancé en 2019 par Romain Palmieri, Dorian Perron et Rafael Cohen, l'outil de promotion musicale Groover annonce ce 13 février avoir bouclé une série A de 7,5 millions d'euros. Composé d'une "grande majorité d'equity", ce tour de table a été mené auprès de OneRagtime, Trind, Techmind, MozzaAngels, et des investisseurs historiques de la startup : Partech, le fonds Tech & Touch de Bpifrance, Verve Ventures et Frenchfounders.

Via une plateforme de mise en relation, Groover permet aux artistes indépendants et à leurs représentants d'envoyer directement leurs morceaux à des professionnels du secteur, labels, médias ou encore influenceurs. *"Nous sommes partis du constat que promouvoir la musique est devenu plus difficile, compte tenu de la quantité de contenus produits"*, retrace le CEO Romain Palmieri, avant de détailler la promesse de sa startup. *"Nous assurons que les professionnels, que nous appelons curateurs, écoutent le morceau et fassent un retour écrit aux artistes. Le taux de réponse est aujourd'hui proche de 90%"*. Les curateurs peuvent par ailleurs indiquer aux artistes s'ils ont décidé de relayer leur musique. Mais ce choix reste à leur discrétion, *"ils sont indépendants et gardent*

leur liberté éditoriale", tient à préciser le CEO.

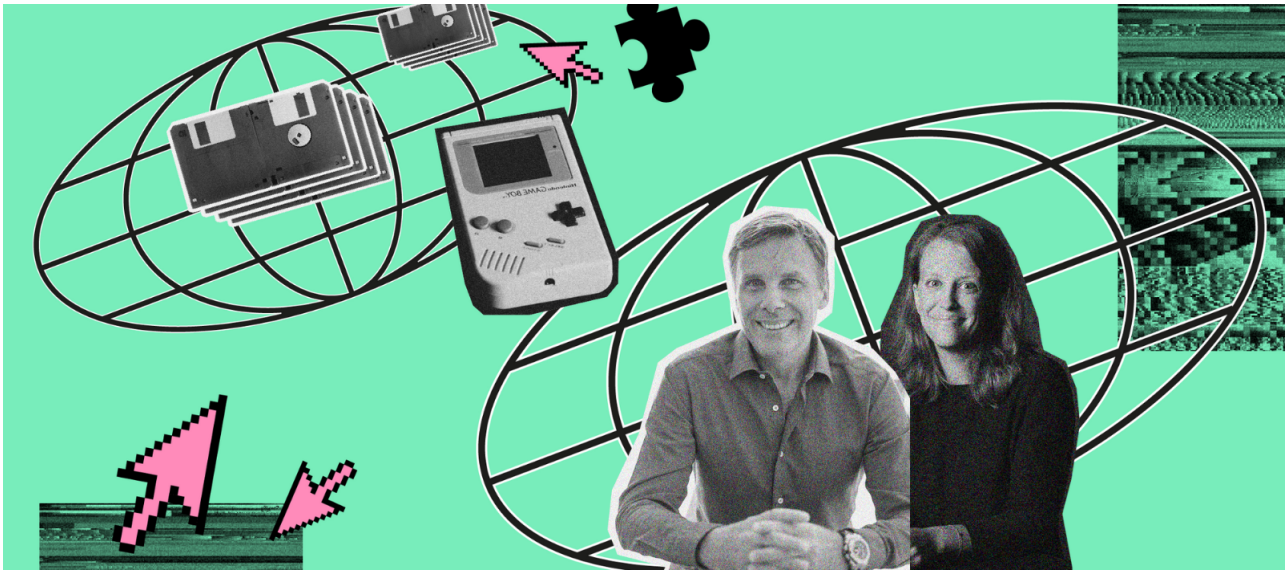
Les professionnels rémunérés pour répondre aux artistes

Sélectionnés par la jeune pousse, les professionnels de la musique y trouvent leur compte. *"Groover leur permet d'ouvrir leur champ de découverte musicale, notamment à l'international"*, soutient Romain Palmieri. En effet, présente en France mais aussi aux Etats-Unis, au Canada, au Brésil, au Royaume-Uni, en Italie et en Allemagne - avec 80% de chiffre d'affaires réalisé à l'international, dont 40% aux Etats-Unis -, la plateforme crée des ponts et offre la possibilité, aux artistes d'exporter leur audience et aux professionnels d'ouvrir leurs horizons. *"Notre outil simplifie par ailleurs le système de soumission des morceaux, en centralisant les envois et en les filtrant, poursuit le CEO et cofondateur. Enfin, les curateurs sont rémunérés pour écouter les morceaux et faire des retours. Finalement, on vient valoriser quelque chose qu'ils faisaient déjà."*

Pour un artiste, contacter un curateur coûte entre 2 et 20 "Grooviz" (crédits équivalents à des euros). Cette somme est ensuite divisée par deux, pour rémunérer d'un côté la startup, de l'autre le curateur. Si l'artiste n'obtient pas de réponse dans les sept jours suivant l'envoi, il est recredité. Grâce à ce modèle, Groover revendique une croissance à trois chiffres depuis sa création, 350 000 artistes inscrits et une communauté de 3 000 curateurs actifs.

"Les fonds levés vont nous permettre d'accélérer sur l'expansion produit et sur l'expansion de nos services additionnels, lancés fin 2022 : Groover Club, service d'accompagnement à destination des artistes en phase de définition de leur projet, et Groover Obsessions, service de développement pour les artistes souhaitant amplifier leur visibilité", indique le CEO. Comptant une quarantaine de salariés sur ses bureaux de

Paris et New York City, la startup ambitionne par ailleurs d'augmenter de plus de 50% ses effectifs grâce aux fonds récoltés.



À lire aussi

Quels droits pour une musique générée par l'IA ?



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

