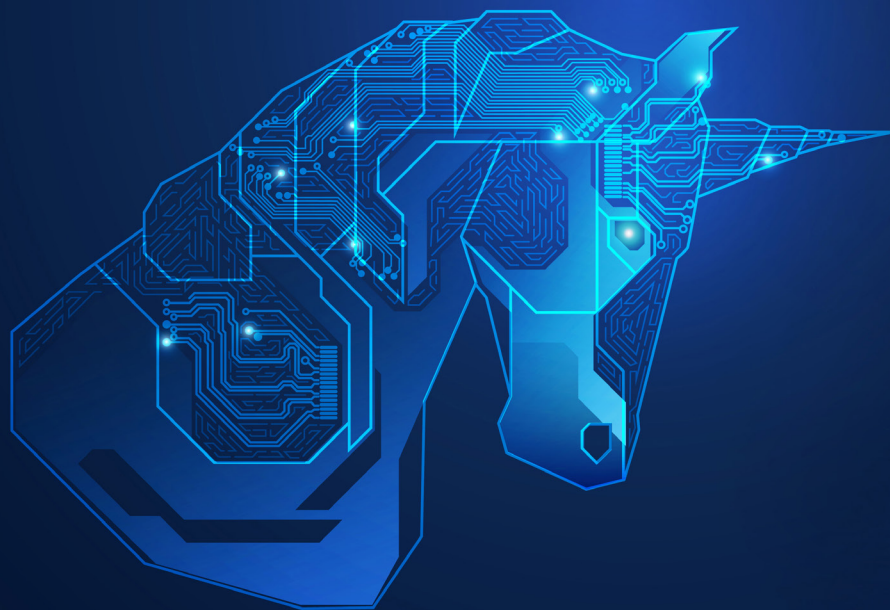




Top Tech Tomorrow

**Les pépites des indices boursiers
de demain se trouvent parmi
nos champions de la Tech d'aujourd'hui**



Octobre 2020

kpmg.fr

NOS PARTENAIRES

Pour identifier des champions attractifs, à la fois pour les acteurs privés et les marchés financiers, nous avons réuni des partenaires et des membres du jury aux compétences pluridisciplinaires, liant les deux mondes.

Institutions



Créé en 1987, le Cliff est l'association française des professionnels de la communication financière. Il regroupe environ 260 membres issus de sociétés cotées, représentant 80% de la capitalisation boursière de la Place de Paris, ainsi que des consultants et des experts dans des domaines liés à la communication financière. À ce titre, le Cliff est une institution reconnue en France. Il participe à la valorisation de la profession grâce à ses activités favorisant le partage d'expériences, d'expertises et de nouveautés, grâce également à son programme de formation unique en partenariat avec l'Université Paris-Dauphine et à sa contribution au guide annuel « Cadre et Pratiques de Communication Financière ».



La Sfaf œuvre à l'évolution et à l'amélioration des techniques de l'analyse via les travaux des commissions et groupes thématiques, à la formation des professionnels de la finance via le Centre de formation (diplôme du CIIA d'analyse financière, du CIWM de gestion d'actifs et formation continue), ainsi qu'au développement d'une information économique et financière de qualité des entreprises faisant appel au marché financier. L'association est présente auprès de toutes les instances de la Place et de nombreuses institutions internationales. Elle édite la revue trimestrielle - Analyse financière - et publie la newsletter Analyse financière. La Sfaf est Membre fondateur de l'EFFAS (association européenne des analystes financiers) et de l'ACIIA (Association of Certified International Investment Analysts®).

Jury



Mathieu Baret

Idinvest Partners

Managing Partner



Eric Bleines

Swiss Life Gestion privée

Directeur Général

Membre de la Sfaf



Nabil Gharios

Healthcare Promise Investment Partners

Président

Responsable du Groupe Sectoriel Santé de la Sfaf



Dr François Godeau

INSERM

Directeur de Recherche Émérite



Patrice Lambert-de Diesbach

Directeur des Relations Investisseurs Orange

Administrateur d'Orange Bank

Administrateur du Cliff



Grégoire Sentilhes

Nextstage Asset Management

Président fondateur

Membre de la Sfaf

POURQUOI LE TOP TECH TOMORROW ?

Nos convictions :

Un écosystème français porteur pour la Tech

Le succès possible en France pour nos champions

De futurs leaders internationaux dans tous les secteurs d'activité de la Tech

Une ambition différente pour le Top Tech Tomorrow

Parce que KPMG dispose d'un ancrage régional important qui constitue un formidable poste d'observation, parce que nous accompagnons des entreprises de toute taille, nous pensons qu'il existe dans le monde de la Tech française des terres rares qui ont des capacités singulières, leur permettant de s'inscrire dans un modèle disruptif, caractéristique principale des futurs champions de demain.



Plus qu'une grille, le Top Tech Tomorrow se veut être une signature distinctive mettant en lumière les futurs champions de la Tech présentant un modèle économique solide, caractérisé par les cinq dimensions suivantes :

- La proposition de nouvelles solutions, produits, offres de services disruptifs
- Une agilité à s'adapter et à se transformer rapidement
- Une capacité à évoluer à l'international
- Un magnétisme suffisant pour attirer et capter des financements y compris en période de crise, conjugué à une bonne gestion du cash
- Une contribution aux aspirations et évolutions sociétales et environnementales

Ces futurs leaders présentent selon nous un vrai potentiel de développement, qui en font des actifs attractifs à la fois pour les acteurs privés du financement mais également pour les marchés financiers.

En nous appuyant sur nos expériences aux côtés des entreprises de la Tech et notre recherche sur les secteurs de la Tech, notre ambition est d'accompagner et de contribuer à l'émergence et au développement des leaders de la Tech de demain.



JEAN-PIERRE VALENSI

KPMG

Head of Capital Markets Advisory
Porteur du projet



ETIENNE CUNIN

KPMG

Director, Capital Markets Advisory



SOMMAIRE

EDITO	4
Crise Covid-19 : un nouveau regard sur les Techs	5
NOTRE APPROCHE	6
Notre observatoire de la Tech française : une base d'analyse de 500+ sociétés	7
LES LAURÉATS	8
LES PERFORMANCES DE LA TECH EN FRANCE	10
Un écosystème plus solide et plus visible	11
Communication Covid-19	12
Attraction des capitaux	18
Profils d'investissements	26
Objectifs de développement	30
Les investisseurs de nos Techs	32
Les dirigeants de nos Techs	37
Glossaire	38
FICHES SOCIÉTÉS	40
JURY TOP TECH TOMORROW	99

“
La crise liée au Covid-19 aura été l'occasion de reconsidérer les opportunités offertes par les marchés financiers au regard du financement privé.

JEAN-PIERRE VALENSI

KPMG

Head of Capital Markets Advisory



CRISE COVID-19 : UN NOUVEAU REGARD SUR LES TECHS

Dans cette seconde édition de notre baromètre, nous remettons à l'honneur des sociétés d'origine française dont nous avons la conviction qu'elles ont les qualités requises pour devenir des leaders dans leur domaine, et se tourner vers les marchés financiers afin d'accélérer leur croissance à l'échelle mondiale.

Avec la crise sanitaire, notre société a connu une accélération sans précédent de sa digitalisation et de la virtualisation de ses activités, associée à l'identification d'opérations critiques pour la continuité économique.

Dans ce contexte, nos champions de la Tech (historiques ou nouveaux) ont répondu présent. Ces entreprises ont révélé leur réel potentiel ainsi que leur utilité sociale et économique au sein d'une variété de chaînes de valeur en assurant la continuité des services sous forme digitale et en mettant à la disposition du plus grand nombre leurs solutions innovantes.

Au-delà des enjeux de continuité, la crise sanitaire a induit des réflexions de fonds sur nos modèles de développement, nos habitudes de consommation, les modalités et organisations du travail, ou encore sur nos priorités individuelles et collectives. Les évolutions possibles vont influencer de nombreux secteurs d'activité au sein de notre économie et potentiellement redistribuer les cartes. Les acteurs de la Tech auront, sans nul doute, un rôle essentiel à jouer en capitalisant sur les cinq dimensions clés qui fondent leur modèle économique (cf. "Pourquoi le Top Tech Tomorrow ?").

LA COVID-19, UN NOUVEAU REGARD SUR LES VALEURS

Dans une tourmente apparente du CAC 40 suite à la crise sanitaire, avec une perte de près de 18% depuis le début de l'année*, les valeurs technologiques (Téléperformance, Worldline, Dassault Systèmes) se singularisent et voient une hausse de leur valorisation, enregistrant les meilleures performances à la date d'analyse*. Ainsi, Worldline, spécialiste des paiements, a connu une valorisation de +16% en YTD, et de +109% depuis 3 ans.

Même à regarder les indices sectoriels sur Euronext, avec 56 valeurs de toutes tailles, l'indice CAC Technology est le seul à connaître une performance positive depuis le début de l'année (+3,8%) avec celui de la santé (CAC Health Care; +1,5%). On peut percevoir un nouvel intérêt des investisseurs vers des secteurs à plus grand impact sociétal, alors que le CAC Oil & Gas est le plus sinistré (-34%), devant le CAC Financial Services (-31,5%).

Au-delà de leur nature technologique, nous observons que ces valeurs sont davantage valorisées en raison de leurs impacts au sein de notre économie et de notre société. Ainsi, le Top 5 des valeurs du CAC Technology en termes de performance apportent des solutions innovantes pour la digitalisation des entreprises, le renouveau de l'expérience consommateur ou encore le renforcement de la transition écologique.

DIVERSIFIER LES SOURCES DE FINANCEMENT PAR LE MARCHÉ

À la lumière des évolutions sociales et environnementales, ainsi que de la réorientation des investisseurs sur les marchés financiers vers des sociétés technologiques qui y apportent une contribution, la question du financement de nos champions de la Tech par les marchés se pose.

Véritable baptême du feu, l'introduction en bourse marque également une nouvelle étape dans le développement des sociétés ainsi que leur montée en maturité par la diversification de leurs sources de financement et le renforcement de leurs processus opérationnels et financiers.

Au-delà de la crise, la période exceptionnelle que nous vivons constitue une preuve de résilience et de leadership pour nos champions de la Tech, qui peuvent dès lors asseoir une Equity Story convaincante sur la crédibilité de leur modèle et de leurs perspectives de croissance dans le cadre d'une potentielle IPO**.

JEAN-PIERRE VALENSI

KPMG

Head of Capital Markets Advisory
Porteur du projet

* À date du 05/08/2020

** Initial Public Offering



NOTRE APPROCHE



NOTRE OBSERVATOIRE DE LA TECH FRANÇAISE : UNE BASE D'ANALYSE DE 500+ SOCIÉTÉS

8 secteurs de la Tech

- (1) Applications et technologies d'entreprise ;
- (2) Biotech, Medtech et eSanté ;
- (3) ConsumerTech ;
- (4) Fintech ;
- (5) Human Capital ;
- (6) Martech ;
- (7) Mobility Tech ;
- (8) Sustainability Tech et Energie

500+

sociétés
ayant levé plus de 3M€*

Ayant levé plus de 16 Mds € depuis leur création*

- Identifiées sur la base des opérations annoncées
- Triées selon la qualification de leur technologie et/ou innovation

Pour mener à bien nos analyses quantitatives et qualitatives, nous nous fondons uniquement sur des données à caractère public.

Notre méthodologie s'appuie sur différents critères de sélection et se décline en 3 étapes :

1

Analyse quantitative multicritères de 500+ sociétés

Nous avons analysé plus de 500 sociétés répondant aux caractéristiques d'entrée au sein de notre observatoire sur les critères suivants :

Qualité de la technologie	Performances de déploiement à l'international
Force d'attraction des capitaux	Valorisation obtenue après la dernière opération**
Qualité des investisseurs	
Qualité des clients	

2

Analyse qualitative de 120 sociétés

Nous avons présélectionné les 25% les plus performantes sur la base du premier niveau de sélection pour en étudier plus précisément leur modèle d'affaires, leurs réalisations clés, leurs objectifs de développement, ainsi que leur réponse face aux défis posés par la crise sanitaire liée au Covid-19 et soumettre une liste de 120 candidats au jury.

3

Sélection des lauréats

Les sociétés proposées ont fait l'objet d'une revue et de débats entre les membres indépendants du jury, qui ont eu une attention particulière à la fois sur l'environnement de marché des sociétés, leur impact sociétal et environnemental, mais également sur leur capacité à se réinventer, à s'adapter à de nouvelles conditions et entraîner avec eux des investisseurs à même de soutenir au mieux leurs ambitions de développement.

* Total des fonds levés depuis la création de la société au 30/06/2020

** au 31/01/2020

LES LAURÉATS

Les lauréats 2020

Apps & techs d'entreprises

Infrastructures



Solutions



Biotechs, Medtech, eSanté



Consumer Tech



Fintech



Human Capital



Sustainability Tech & Energie



Mobility Tech



Martech



Les lauréats 2019 : faire front face à la crise

La pandémie du Covid-19 et ses répercussions auront été au final le théâtre de la réalisation d'un « POC » (Proof of Concept) sur la digitalisation à grande échelle.

Croissance, résilience, impact sociétal ou participation à l'effort collectif durant la crise sanitaire : nos lauréats 2019 ont répondu présent et ont dévoilé un profil d'activités singulier durant cette crise, le plus souvent exemplaire.

LA CROISSANCE ENVERS ET « CONTRE TOUT » ...

La moitié des lauréats 2019 a affiché une croissance exceptionnelle en période de confinement, nouvelle preuve de la pertinence de leur modèle d'affaires.

Au-delà de secteurs naturels de croissance tels que l'eSanté avec Doctolib ou l'eCommerce avec ManoMano, BackMarket ou VeePee, les acteurs de la transformation digitale des entreprises ont été plébiscités : nouveaux outils de travail collaboratifs (Klaxoon, FinalCad), communications (Aircall), gestion documentaire sécurisée (Oodrive), solutions de commandes en ligne pour les commerçants (Wynd), ...

... OU UNE RÉSISTANCE À TOUTE ÉPREUVE ?

Un autre quart des lauréats 2019 n'a pas ou peu ressenti les effets que ce soit sur leurs revenus ou leurs opérations, face à des concurrents plus traditionnels en plus grande difficulté. La plateforme de Believe, s'appuyant sur la proximité de ses artistes avec les réseaux sociaux, a contribué par exemple à la sortie de titres au rythme attendu, face à des majors se heurtant à une machinerie fortement affectée par le confinement.

Pour le reste, si l'interruption des activités s'est imposée, notamment le tourisme et la mobilité (Voyage Privé, BlaBlaCar, Evaneos), les éléments de reprise post-confinement sont encourageants, avec une crise qui aura pu être bénéfique pour renforcer la croissance future et identifier les zones de vulnérabilité.

UN IMPACT SOCIÉTAL PLUS MARQUÉ

Les lauréats ont participé à l'effort collectif en soutenant les autorités publiques à travers leurs solutions. À titre d'exemple, Mirakl a répondu à une commande du Ministère de l'Économie et des Finances pour déployer en un temps record la plateforme « stopcovid19 ».

D'autres candidats ont prouvé que leur offre était essentielle pour limiter les impacts à long terme de la crise sur notre société. C'est le cas d'OpenClassrooms, qui permet gratuitement la continuité de la formation de plus d'un million d'étudiants dans le monde et qui participe donc à limiter l'effet « génération perdue » en préservant leur attractivité pour de futurs employeurs, pendant et à la sortie de la crise.

40 lauréats 2019

APPLICATIONS ET TECHNOLOGIES D'ENTREPRISES



BIOTECHS, MEDTECHS & ESANTÉ



CONSUMER TECH



FINTECH



HUMAN CAPITAL



MARTECH



MOBILITY TECH



SUSTAINABILITY TECH ET ENERGIE





LES PERFORMANCES DE LA TECH EN FRANCE



UN ÉCOSYSTÈME PLUS SOLIDE ET PLUS VISIBLE

A l'occasion de notre première édition du Tech Pulse de Mai 2019, nous avons souligné que même si nous pouvions observer un changement de paradigme sur le financement et l'accompagnement des sociétés technologiques en France, beaucoup restait à faire.

Jugées risquées par des investisseurs qui s'interrogent toujours quant à la rentabilité des business models, ces sociétés devaient nécessairement pouvoir trouver les financements adéquats à leur développement afin de croître.

Un an après, la crise sanitaire liée au Covid-19 est arrivée et avec elle, la crainte d'un coup d'arrêt fatal pour ces sociétés.

Un écosystème mieux alimenté en capital en 2019

2019 a été l'année de tous les records pour les sociétés technologiques en France avec une multiplication par trois des fonds levés depuis 2017 pour atteindre plus de 4 Mds €. Fer de lance de ce renforcement en capital, le Top 5 des opérations est intégralement placé au-dessus de la barre symbolique des 100 M€, pour un âge moyen de 6,6 ans.

Profitant de cette envolée, les Techs ayant un impact sociétal et environnemental se sont particulièrement développées : elles présentent une croissance annuelle moyenne significative des montants levés entre 2017 et 2019 :

- +155% pour les Techs de l'Human Capital ;
- + 75% pour les Sustainability Tech & Energie

Au-delà de ces appétences sectorielles fortes, les investisseurs ont continué de soutenir les technologies liées à l'Intelligence Artificielle (+80% en moyenne entre 2017 et 2019 des montants levés) ainsi que le Cloud Computing (+84%) et les plateformes (+57%).

Un impact limité de la crise sanitaire sur le premier semestre 2020

Avec un montant levé de près de 2,3 Mds € à travers 97 opérations, les performances du premier semestre 2020 sont équivalentes à celles observées sur la même période en 2019. De nouveau, nous avons pu observer un Top 5 des opérations intégralement placé au-dessus de la barre symbolique des 100 M€, avec toutefois la présence d'acteurs plus matures (âge moyen de 8,2 ans), qui ont levé moins fréquemment depuis leur création.

Alors que ce semestre confirme la tendance sectorielle et technologique décrite plus haut, il se distingue par une accélération des Fintechs (croissance moyenne observée des fonds levés sur les premiers semestres entre 2017 et 2020 de près de 150%).

Des profils d'investissement plus matures à l'exception de la Fintech

Depuis 2019, les investisseurs s'intéressent davantage aux sociétés de plus de 5 ans, en rupture avec le rajeunissement observé sur les opérations de 5M€ et plus entre 2017 et 2018. Elles représentent désormais 58% des opérations et 65% des montants levés au premier semestre 2020, contre respectivement 39% et 42% en 2017.

Très caractéristique de ce phénomène, le secteur des Martechs est dominé par les sociétés de plus de 5 ans, qui représentent désormais 75% des opérations contre 25% en 2017. Elles bénéficient par ailleurs d'un plus grand soutien des investisseurs qui renforcent les tickets moyens en défaveur des Martechs les moins matures, qui doivent, pour leur part, d'autant plus faire la preuve de leur technologie et modèle économique.

A l'inverse, la Fintech est un secteur très jeune : les sociétés de moins de 5 ans attirent davantage l'intérêt des investisseurs (près de 80% des opérations sur les Fintechs en 2019 contre moins de 50% en 2017) qui les soutiennent avec un ticket moyen en nette progression (+20% par an en moyenne entre 2017 et 2019).

Nous remarquons toutefois que la montée en maturité des Techs ne marque pas un ralentissement des volontés d'innovation, puisque le développement produit représente près de deux tiers des objectifs communiqués lors des opérations par les sociétés de plus de 5 ans, en croissance de 11% par an en moyenne entre 2017 et 2019.

Le Corporate Venture très présent parmi les investisseurs

Alors que le Capital risque reste le premier soutien de développement pour les Techs, la présence du Corporate Venture reste très marquée dans l'univers des investisseurs en France.

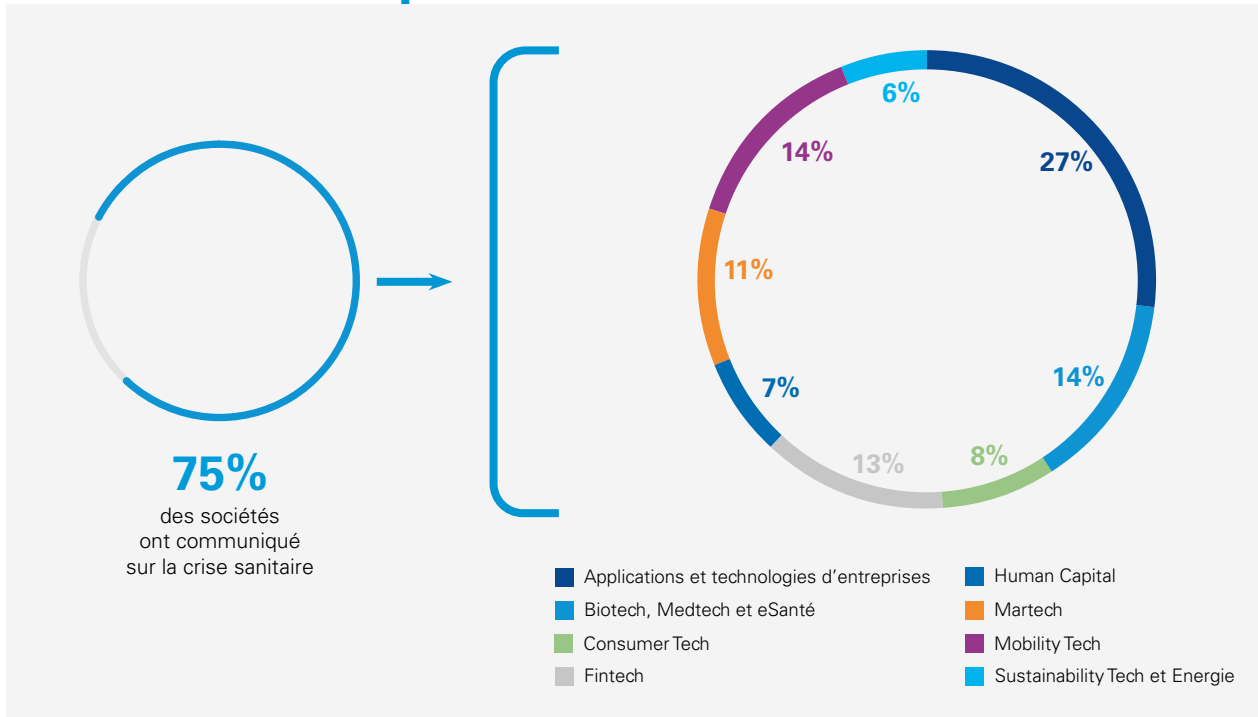
Cette spécificité se reflète également auprès des investisseurs étrangers, étant précisé que l'Europe en reste la première source.

En terme de cibles d'investissement pour les acteurs étrangers, les Fintechs, Applications et Techs d'Entreprises et Consumer Techs sont les secteurs les plus visibles. À noter que ces appétences sectorielles restent marquées selon la région d'origine des investisseurs étrangers.

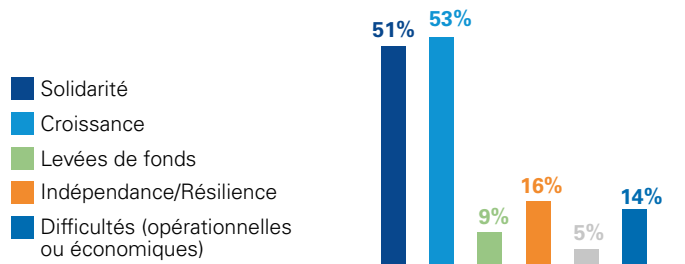
Enfin, ce sont 39 investisseurs internationaux au capital de 75 belles licornes mondiales (hors France) qui ont investi dans nos Techs françaises.

Communication sur les impacts Covid-19 : que retenir ?

Étude réalisée sur les 120 sociétés retenues pour la phase de sélection par le jury, sur la base de leur communication entre le 17 mars 2020 et le 30 mai 2020



... sur différents sujets



Que retenir de la communication réalisée par les 120 sociétés sélectionnées durant cette pandémie ?

- **75%** ont communiqué sur leurs actions ou impacts face à la crise
- **53%** ont fait état d'une croissance de leurs activités, au niveau de leurs revenus ou de leurs opérations (y compris « l'onboarding » de nouveaux utilisateurs)
- **Plus de 50%** des sociétés ont fait preuve de solidarité, que ce soit à travers une offre gratuite destinée à l'ensemble de la population ou pour aider le personnel soignant
- **14%** ont néanmoins pu éprouver des difficultés à gérer une demande croissante de leurs services (sociétés de la mobilité plus spécifiquement).

Covid-19 : quelques illustrations d'impacts

OpenClassrooms a développé une plateforme de formation en ligne au service d'une meilleure adéquation des profils en recherche d'un emploi ou de redirection de carrière pour les emplois de demain.

Au-delà d'une offre de service, une activité à impact sociétal fort



PIERRE DUBUC

CEO co-fondateur

Quelles sont vos réalisations majeures depuis 2019 ?

« Rendre l'éducation accessible pour tous et partout ». OpenClassrooms est une entreprise à mission et a donc œuvré en ce sens pour que cet objectif, inscrit dès le début dans notre ADN, devienne encore plus une réalité pour beaucoup.

Nous avons développé des partenariats avec des acteurs d'envergure mondiale tels que Microsoft et Salesforce, pour développer des programmes de formation axés sur les métiers de demain, notamment autour de l'Intelligence Artificielle et du Cloud Computing, et accessibles au plus grand nombre. A l'image du programme « Accelerate Atlanta », avec Microsoft, ils visent notamment des populations affectées par la fracture digitale : sans diplômes et plus ou moins systématiquement exclues de l'éducation et du marché de l'emploi, elles présentent un bassin de talents clés avec des retours économiques et sociaux attendus ambitieux. Ainsi, la firme américaine a pour intention de générer 1 500 nouveaux emplois dans la région d'Atlanta, de manière plus inclusive.

Nous avons également publié en 2020 la première édition de notre rapport d'impact, réalisé par un comité indépendant. Nous y avons défini des objectifs d'impacts sur les communautés non ou mal desservies par les structures existantes de formation et visant les compétences des métiers de demain. Pour les réaliser, nous avons identifié quatre leviers quantifiables : la visibilité d'OpenClassrooms auprès des populations visées, la part de nos étudiants subventionnés, les partenariats avec d'autres acteurs et notre empreinte géographique. Nous comptons améliorer notre suivi sur ces éléments afin d'évaluer nos efforts et résultats.

Comment avez-vous vécu et répondu à la crise sanitaire liée au Covid-19 ?

En mettant à rude épreuve l'environnement éducatif mondial, la crise sanitaire liée au Covid-19 a remis en évidence la nécessité d'assurer la continuité de la formation des talents actuels et de demain, plus fortement exposés par la suite aux instabilités engendrées sur le marché du travail.

Chez OpenClassrooms, nous avons voulu contrer ce phénomène et avons fourni gratuitement notre plateforme à 2 000 établissements dans le monde, impactant plus d'un million d'étudiants.

Nous menons également un programme avec Pôle Emploi, permettant à tout demandeur d'emploi qui y est inscrit de bénéficier de formations diplômantes financées par ce dernier.

Comment avez-vous adapté vos objectifs de développement sur les 3 prochaines années suite à cette crise ?

L'épisode que nous avons vécu et continuons de vivre porte des conséquences qui s'inscrivent dans la logique de l'histoire sur notre secteur : d'abord considéré positivement pour sa flexibilité, le e-learning a d'abord été un outil de reconversion professionnelle avant de devenir un pilier incontournable de la formation des compétences de demain.

Nous observons également une augmentation des besoins « corporate », notamment pour les programmes de formation et d'aide au retour à l'emploi de leurs salariés en procédure de licenciement économique. La richesse de notre catalogue de formation ainsi que la construction de nos programmes est désormais reconnue auprès de grands acteurs d'envergure mondiale, qui n'hésitent pas à déployer nos solutions sur un plus grand périmètre géographique.

Notre communauté de diplômés intégrés dans le monde professionnel ayant également crû, on observe des effets positifs d'entraînement, avec des individus anciennement étudiants qui deviennent des mentors pour les nouvelles générations d'apprenants, et/ou qui recommandent notre plateforme.

Ces éléments confortent notre capacité à continuer notre mission et nos activités, avec un impact social fort à terme sur les individus et les communautés.

Covid-19 : quelques illustrations d'impacts

ManoMano a développé une place de marché dédiée au bricolage en Europe. La société a été l'un des seuls commerçants actifs sur ce segment en Europe durant le confinement.

Covid-19 : crash test de la capacité à capter la croissance et maintenir ses opérations



PHILIPPE DE CHANVILLE

CEO co-fondateur

Quelles sont vos réalisations majeures depuis 2019 ?

Notre réalisation majeure depuis 2019 est l'ouverture en France de notre offre B2B, ciblant les artisans qui évoluent toujours au sein d'un environnement très peu digitalisé, réalisé sur site physique à plus de 97%.

De taille équivalente au marché B2C sur nos pays d'implantation,

le segment B2B a été un défi, partagé d'une part entre l'importance des volumes et de la récurrence des commandes, et d'autre part les habitudes plus difficiles à changer.

Nos premiers retours depuis le lancement de notre offre Business Solutions sont positifs : son développement est plus rapide que ce que nous avons observé sur le B2C depuis notre création, même si sa part reste plus faible que ce dernier, qui est notre cible historique. Forts de ces retours, nous comptons déployer cette offre sur l'ensemble de nos pays.

Comment avez-vous vécu et répondu à la crise sanitaire liée au Covid-19 ?

La crise sanitaire liée au Covid-19 a été la source de multiples opportunités que nous avons pu saisir pour accélérer notre développement :

D'un point de vue commercial, nous avons été la seule plateforme ouverte pendant la crise sanitaire : la fermeture de nos concurrents traditionnels, peu présents sur Internet ou suivant un modèle de Click & Mortar, ainsi que les déboires d'Amazon ont fourni un appel d'air conséquent pour ManoMano ;

D'un point de vue opérationnel, nous avons eu à cœur de respecter nos KPIs qualité et avons rapidement identifié les partenaires en difficulté dans leur cycle de livraison. Nous avons donc coupé temporairement 30% de ces derniers afin de garantir un service en ligne avec notre réputation et nos engagements ;

Nous avons considérablement renforcé notre image de marque par des investissements plus soutenus sur les différents médias clés de nos pays d'implantation (notamment à travers la télévision et la radio).

Cela nous a permis d'augmenter significativement le rendement de nos campagnes marketing, à la fois en termes de notoriété et de rentabilité ;

D'un point de vue humain, cet épisode a permis de fluidifier notre pipeline de recrutement, avec des talents plus réceptifs, ce qui nous a permis de recruter plus de 150 personnes depuis mars.

L'ensemble de ces éléments a renforcé nos relations avec nos actionnaires. L'impact positif que nous avons vécu a permis de sceller un plus grand soutien de leur part, permettant par exemple de faire vivre le BSPCE salarié.

Comment avez-vous adapté vos objectifs de développement sur les 3 prochaines années suite à cette crise ?

Cet épisode du Covid-19 a constitué une base solide pour demain. Nous bénéficions d'une image renforcée, à la fois auprès du grand public, mais également auprès d'industriels. Ces derniers ne nous considèrent plus comme « une start-up qui fait quelque chose dans son coin », mais surtout comme un acteur qui compte, avec une offre solide, complémentaire à leur réseau de vente physique existant. On y voit donc le signe d'un enrichissement de notre offre, que ce soit sur nos marchés B2C ou B2B.

Les succès rencontrés auprès de nos clients, de nos partenaires, et le renforcement de notre image au sein d'un environnement « e-commerce », qui bénéficie d'une accélération de croissance, nous ont conduit à modifier l'atterrissage de nos performances au sein de notre business plan, de manière positive.

Enfin, au-delà d'un impact strictement économique, nous avons confirmé notre volonté initiale d'avoir un impact social et environnemental positif (bilan carbone, opportunités offertes par la Tech pour les individus traditionnellement marginalisés par le marché du travail...).

Covid-19 : quelques illustrations d'impacts

Volant transformer le système bancaire pour le rendre « plus juste et transparent », Younited Credit a développé une plateforme de crédit, déclinée également sous forme de « Credit-as-a-service » et de « Credit-as-a-Payment » pour des clients bancaires et commerçants.

Un épisode à la faveur d'un « POC » (Proof of Concept) à marche forcée



CHARLES EGLY

CEO co-fondateur

Quelles sont vos réalisations majeures depuis 2019 ?

Au cours des 12 derniers mois, Younited Credit a renforcé son identité européenne tout en ouvrant la voie à une diversification des ressources soutenant sa production de crédit :

- En juin 2019, Younited Credit est devenue la première Fintech d'Europe continentale à avoir réalisé une opération de titrisation publique listée sur Euronext Paris, pour un montant de 156M€. Cette émission a très bien été accueillie par le marché, que ce soit auprès des agences de notations (meilleure note possible pour une tranche senior par Standard & Poor's et Moody's dès son origination, une première mondiale sur ce type d'opération pour une Fintech) et des investisseurs (souscription entre 3,6x et 6,2x suivant les tranches, fixation du coupon de classe « A » à 38 bps au-dessus de l'Euribor 1 mois, ...).
- En février 2020 nous avons ouvert le marché allemand sur le segment B2C. En dépit de la crise sanitaire liée au Covid-19, nous y avons enregistré des performances réelles supérieures aux prévisions de notre Business Plan, à la fois en termes de production de crédit que de coût du risque (inférieur au coût normatif utilisé en phase de lancement au sein d'un pays).

Comment avez-vous vécu et répondu à la crise sanitaire liée au Covid-19 ?

La crise sanitaire liée au Covid-19 a confirmé la pertinence de notre offre de service business solutions, construite autour de notre expertise du crédit (Credit as a Service / Credit as a Payment), et dont la forte accélération a nécessité le soutien de nos actionnaires à travers une levée de fonds interne pour soutenir un niveau de croissance non-anticipé avant la crise.

À titre d'exemple, nous nous sommes associés à Bpifrance dans le cadre du plan de soutien à l'économie lié au Covid-19, pour lancer et opérer une plateforme digitale dédiée au dispositif « Prêt rebond » mis en place grâce au soutien des Régions afin de permettre aux TPE et PME de renforcer leur trésorerie en moins de 7 jours, via une démarche 100% en ligne.

D'un niveau « institutional grade » en raison des volumes importants supportés (plus de 200M€ de prêts auprès de plus de 5 000 TPE/PME à date), des délais courts de mise à disposition des fonds (sous 48h) et du respect des hautes exigences de Bpifrance, cette plateforme a été la preuve de notre capacité à fédérer nos équipes en télétravail de manière efficace et de l'agilité de notre technologie, puisqu'une vingtaine de jours seulement se sont écoulés entre sa commande et la livraison.

Cette crise a également été l'occasion d'affirmer nos valeurs et marquer notre soutien envers ceux dont la contribution sociétale et économique s'est avérée vitale. Nous avons ainsi dédié une enveloppe de 5M€ de prêts à taux zéro à destination des individus en première ligne durant la crise sanitaire, sur l'ensemble de nos pays d'implantation.

Comment avez-vous adapté vos objectifs de développement sur les 3 prochaines années suite à cette crise ?

Fort du succès observé de nos activités « business solutions », nous avons multiplié par deux nos perspectives de croissance sur les 3 prochaines années sur ce segment et confirmé son importance croissante au sein de nos activités.

Concernant notre offre de crédit à la consommation, nous avons retrouvé en juin les niveaux d'activité observés avant la crise, associés paradoxalement à une diminution du risque de crédit (épargne forcée des ménages associée à des mesures de protection de l'emploi et de l'activité économique). Si nous anticipons une croissance soutenue de ce segment, nous faisons face aux incertitudes liées à la fin des mesures gouvernementales de protection et avons adopté une démarche prudente par le resserrement de nos critères d'octroi de crédit et par la réalisation de provisions à titre de réserve, soutenues par nos bonnes performances.

Covid-19 : quelques illustrations d'impacts

Contentsquare est une plateforme SAAS qui permet aux marques de créer les meilleures expériences digitales sur leurs sites web, mobile et Apps

Continuer sa feuille de route de levées de fonds pour répondre à ses ambitions



**JONATHAN
CHERKI**

CEO fondateur

Quelles sont vos réalisations majeures depuis 2019 ?

Les douze derniers mois ont été marqués par trois grandes réalisations :

- Une croissance forte : plus de 200 % d'augmentation de notre chiffre d'affaires, avec une accélération notable en Amérique du Nord (40 % de notre activité), en Europe (55 % au total) et en Asie. Nous avons également doublé nos effectifs, passant de 300 à plus de 600 collaborateurs.
- Deux acquisitions notables : Clicktale, notre principal concurrent aux États-Unis, et Pricing Assistant, solution d'analyse des prix et des produits. Les fonctionnalités clés des deux solutions ont rapidement été intégrées dans notre plateforme. Ces opérations nous ont permis de consolider notre position de leader mondial sur le marché.
- Une levée de fonds de 190 Millions de dollars en série D menée par BlackRock. Ce nouveau financement va nous permettre de continuer à investir massivement dans l'innovation, notamment dans l'Intelligence Artificielle et l'analyse prédictive, et de poursuivre notre croissance en Amérique, en Europe, en Asie et au Moyen-Orient.

Comment avez-vous vécu et répondu à la crise sanitaire liée au Covid-19 ?

Depuis le début de la crise, notre priorité absolue a été de protéger notre équipe : s'assurer de leur santé et sécurité, et protéger les emplois. Nous avons rapidement lancé différentes taskforces pour soutenir notre équipe dans ces conditions extraordinaires : suivi de la crise sanitaire, gestion de la communication interne, accompagnement sur la mise en place du télétravail, divertissement à distance... La productivité des équipes n'a finalement pas (ou peu) été impactée et grâce à la mise en place rapide d'un plan d'action budgétaire (réduction de nos dépenses externes, effort de notre comité de direction), nous avons pu maintenir tous les emplois à travers toutes les régions (0 licenciement lié au Covid) sans avoir recours au chômage partiel.

Comment avez-vous adapté vos objectifs de développement sur les 3 prochaines années suite à cette crise ?

Depuis le début de crise, nous avons observé un pic important de trafic et de transactions en ligne et nous pensons qu'il s'agit d'un changement structurel qui va durer. De nombreuses entreprises sont en train de revoir leur stratégie d'investissement et prévoient de miser encore plus sur le digital (mobile et desktop).

Post-Covid, l'optimisation du canal digital n'est plus une option mais une question de survie. Je suis donc fermement convaincu que cette crise va accélérer le processus de transformation digitale des entreprises et que la proposition de valeur de Contentsquare est encore plus forte.

Covid-19 : quelques illustrations d'impacts

Aircall propose un environnement téléphonique en cloud, intégrant centres d'appels, connections aux solutions commerciales, aux helpdesks et ERP, et déployable très rapidement.

Le confinement, facteur d'accélération de la digitalisation de nos pratiques



**JONATHAN
ANGUELOV**

CEO fondateur

Quelles sont vos réalisations majeures depuis 2019 ?

Depuis le début de l'année, nous avons réalisé une levée de fonds de 65M\$ auprès d'un pool d'investisseurs internationaux ; nous avons recruté plus de 120 collaborateurs entre Paris, New York et en télétravail. Nous avons pris la décision d'ouvrir un bureau en Australie afin de couvrir

l'Asie-Pacifique. Et sur la partie produit, nous avons développé notre application mobile en français, allemand et espagnol, et nous sommes en phase de sortir la fonctionnalité messaging SMS. Sur la partie business, nous avons eu de très beaux succès commerciaux.

Comment avez-vous vécu et répondu à la crise sanitaire liée au Covid-19 ?

La crise sanitaire, comme pour la grande majorité des entreprises, nous a forcés à nous adapter rapidement à une nouvelle façon de travailler. Nous nous sommes concentrés sur la santé de nos salariés en priorité, avec la mise en place d'un dispositif de travail à distance puis de retour au bureau (à Paris pour le moment).

Nous avons également accompagné nos clients, dont certains que l'on a aidés à passer en « full remote » en moins de 48h, mais aussi le gouvernement français avec la création de la CoVid hotline, ainsi que des associations destinées à aider les plus démunis dans cette période compliquée. Nous avons toujours la volonté d'aider au mieux cette accélération forcée de la transformation digitale des entreprises, en leur proposant notre solution de téléphonie dématérialisée.

Comment avez-vous adapté vos objectifs de développement sur les 3 prochaines années suite à cette crise ?

Nous avons la chance de ne pas avoir subi un impact économique trop fort, principalement lié à nos clients dans les industries des loisirs, voyages et de l'hôtellerie - restauration. Nous avons tout de même dû revoir notre plan de recrutement et certaines ambitions à la baisse dans le contexte global d'incertitude. Mais nous maintenons notre cap ambitieux sur les 3 prochaines années avec l'ouverture de bureaux dans le reste du monde, ainsi que le développement continu de notre solution technique et son écosystème d'applications partenaires.

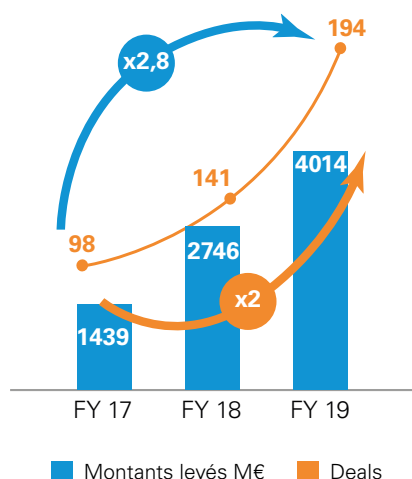
ATTRACTION DES CAPITAUX

Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs, d'origine française, créées depuis 2000

2019, une année record pour les levées de fonds

Une année 2019 explosive, multipliant par près de 3 les montants levés en 2017...

... et marquée par une concentration relativement faible des capitaux



Top 10 : **26%**

Top 5 : **17%**

4 Mds €

Concentration des fonds levés en 2019



	FY 17	FY 18	FY 19
Ticket Moyen (M€)	14,7	19,5	20,7
Ticket Max (M€)	71	172	205

Évolution des performances de levées de fonds des sociétés technologiques indépendantes d'origine française, de 2017 à 2019

En 2019, un TOP 5 relativement « jeune » avec un rythme soutenu de levées de fonds depuis leur création

	Société	Secteur	Round	Montant levé (M€)	Indice de renforcement ²	Indice de célérité ³
1	Meero	App & Tech d'entreprise	Série C	205	2,9x	0,8x
2	Doctolib	Biotech, Medtech & eSanté	Série E	150	1,7x	1,0x
3	ManoMano	Consumer Tech	Growth Equity	110	1,5x	1,1x
4	Ynsect	Sustainability Tech	Série C	110	4,4x	0,5x
5	Algolia	App & Tech d'entreprise	Série C	100	1,5x	0,7x

6,6 ans

Âge moyen

5,4

Nombre d'opérations moyen

0,8x

Indice de Célérité¹ moyen de KPMG

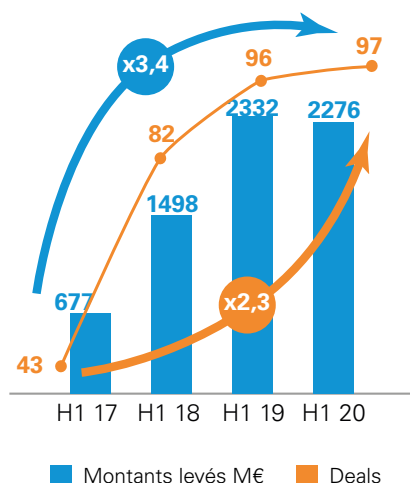
Sources : CapitalIQ, traitement KPMG

- 1 - Les levées de dettes sont intégrées
- 2 - L'indice de renforcement correspond au rapport entre la dernière levée et le total des fonds levés par la société avant celle-ci.
- 3 - L'indice de célérité correspond au rapport entre le numéro du dernier round sur l'âge de la société. Il indique le rythme de levées de fonds par une société. À titre d'illustration, un indice égal à 1 signifie qu'une société a levé tous les ans en moyenne depuis sa création, alors qu'un indice de 0,25 signifie qu'une société a levé tous les 4 ans en moyenne depuis sa création.

Covid-19, un impact limité sur les levées de fonds

Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs, d'origine française, créées depuis 2000

Un premier semestre 2020 équivalent à 2019, mais qui marque un coup d'arrêt relatif



	H1 17	H1 18	H1 19	H1 20
Ticket Moyen (M€)	15,8	18,3	24,3	23,5
Ticket Max (M€)	71	172	205	182

Évolution des performances de levées de fonds des sociétés technologiques indépendantes d'origine française, de 2017 à 2019

Des acteurs « rassurants » ayant concentré une plus grande valeur des capitaux levés au premier semestre 2020

Top 10 : **39%**
Top 5 : **26%**
1,5 Mds €

H1 2018

Top 10 : **43%**
Top 5 : **29%**
2,3 Mds €

H1 2019

Top 10 : **49%**
Top 5 : **34%**
2,3 Mds €

H1 2020

Concentration des fonds levés aux premiers semestres

Au premier semestre 2020, un TOP 5 relativement plus mature

Société	Secteur	Round	Montant levé (M€)	Indice de renforcement ²	Indice de célérité ³
1 EcoVadis	Sustainability Tech	Growth Equity	182	5,9x	0,2x
2 Colonies	Fintech	Venture	180 ⁴	16,3x	0,7x
3 ContentSquare	Martech	Série D	174	1,4x	0,4x
4 ManoMano	Consumer tech	Série E	125	0,7x	1,1x
5 BackMarket	Sustainability Tech	Série C	110	2,3x	0,7x

8,2 ans

Âge moyen

4,4

Nombre d'opérations moyen

0,4x

Indice de Célérité¹ moyen de KPMG

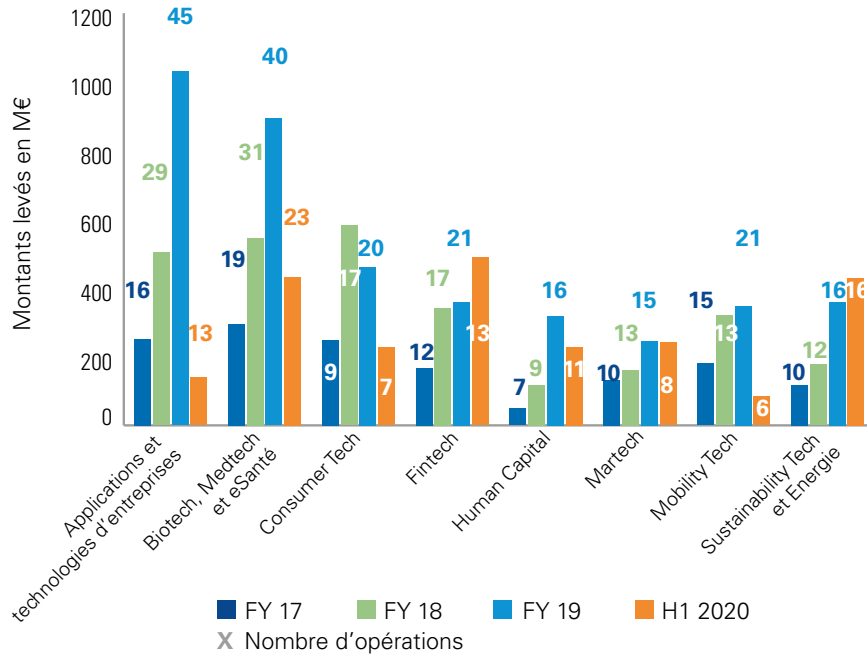
Sources : CapitalIQ, traitement KPMG

4 - Dont 150M€ de dette

Performances de levées de fonds par secteur

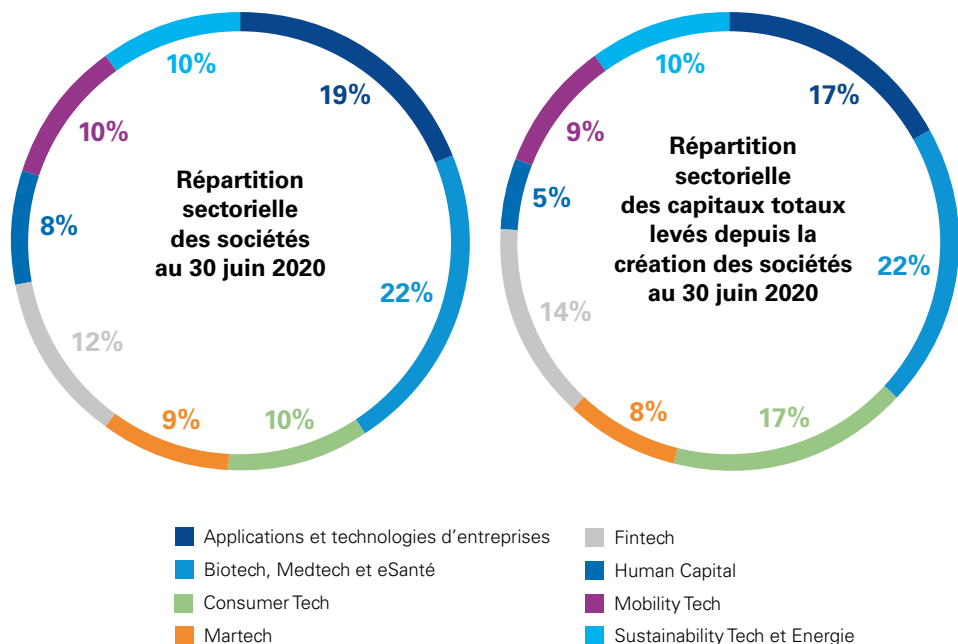
Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs, d'origine française, créées depuis 2000

Le B2B (Applications et Techs d'entreprises), le secteur de la santé et le Consumer Tech restent les principales sources de cibles technologiques pour les investisseurs...



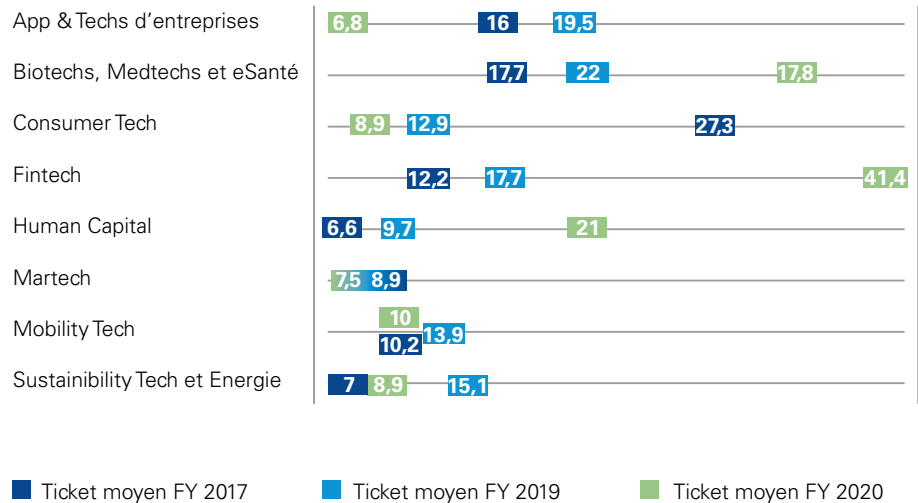
Opérations et levées de fonds de plus de 5M€ par secteur depuis 2017

... et représentent encore plus de 50% des sociétés et des montants totaux levés depuis la création des sociétés au 30 juin 2020



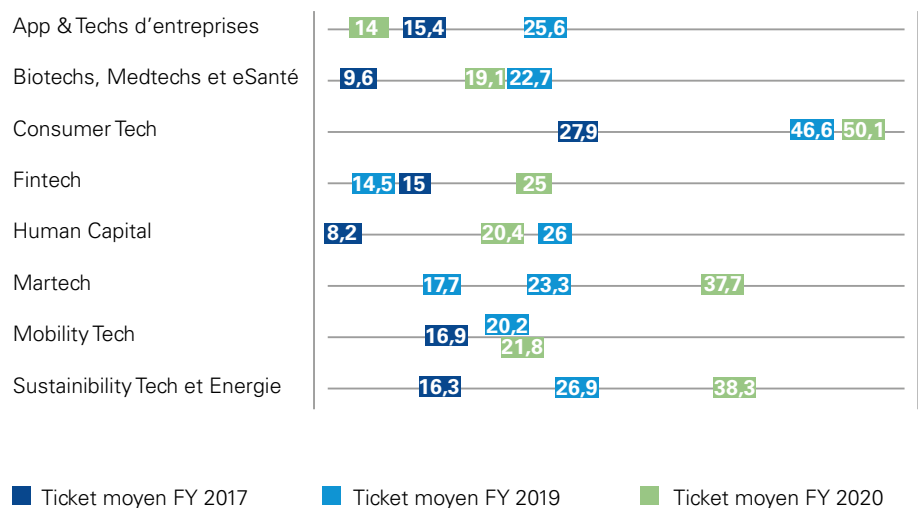
CapitallQ, traitement KPMG

Parmi les sociétés peu matures, le B2B (Applications et Techs d'entreprises), le secteur de la santé, le Consumer Tech ainsi que les Fintechs se démarquent fortement



Évolution du ticket moyen des sociétés de 5 ans et moins, par secteur depuis 2017

Parmi les sociétés plus matures, les Consumer techs, Martechs et Sustainability Techs captent une confiance accrue des investisseurs



Évolution du ticket moyen des sociétés de plus de 5 ans, par secteur depuis 2017

Les cibles sectorielles : un impact Covid-19 ?

Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs, d'origine française, créées depuis 2000

Entre 2017 et 2019, la montée des technologies à impact sociétal et environnemental s'est illustrée...

Croissance moyenne FY 2017 - FY 2019



1 - Apps & Techs d'Entreprises	+ 68%
2 - Human Capital	+ 51%
3 - Consumer Tech	+ 49%

1 - Human Capital	+ 155%
2 - Apps & Techs d'Entreprises	+ 103%
3 - Sustainability Tech	+ 75%



1 - Human Capital	+ 68%
2 - Sustainability Tech	+ 39%
3 - Apps & Techs d'Entreprises	+ 21%

... et est confortée au premier semestre 2020, marqué aussi par l'arrivée des Fintechs

Croissance moyenne H1 2017 - H1 2020



1 - Biotech, Medtech, eSanté	+ 49%
2 - Fintech	+ 48%
3 - Apps & Techs d'Entreprises	+ 48%

1 - Fintech	+ 148%
2 - Sustainability Tech	+ 130%
3 - Human Capital	+ 75%



1 - Fintech	+ 67%
2 - Sustainability Tech	+ 56%
3 - Human Capital	+ 43%

Les cibles technologiques : un impact Covid-19 ?

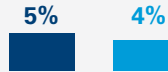
Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs, d'origine française, créées depuis 2000

Les plateformes et l'Intelligence Artificielle : des technologies davantage privilégiées jusqu'au premier semestre 2020

Répartition des technologies sur les sociétés et les capitaux levés depuis leur création

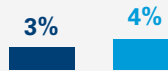
Big Data / Smart Data

	Croissance moyenne		H1 20 vs H1 19	Poids* H1 20
	FY17 - FY19	H1 17 - H1 20		
Opérations	+ 66%	-	-	-
Montants levés	+ 53%	-	-	-
Ticket Moyens	- 8%	-	-	-



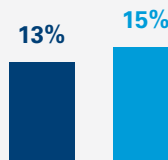
Cloud Computing

	Croissance moyenne		H1 20 vs H1 19	Poids* H1 20
	FY17 - FY19	H1 17 - H1 20		
Opérations	+ 32%	0%	- 33%	2%
Montants levés	+ 84%	- 39%	- 89%	1%
Ticket Moyens	+ 39%	- 39%	- 83%	-



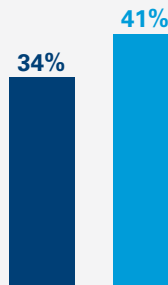
Intelligence Artificielle

	Croissance moyenne		H1 20 vs H1 19	Poids* H1 20
	FY17 - FY19	H1 17 - H1 20		
Opérations	+ 41%	+ 12%	- 50%	7%
Montants levés	+ 80%	+ 41%	- 42%	11%
Ticket Moyens	+ 27%	+ 26%	+ 16%	-



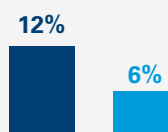
Plateforme

	Croissance moyenne		H1 20 vs H1 19	Poids* H1 20
	FY17 - FY19	H1 17 - H1 20		
Opérations	+ 30%	+ 45%	+ 29%	51%
Montants levés	+ 57%	+ 72%	+ 23%	55%
Ticket Moyens	+ 21%	+ 18%	- 5%	-



Software

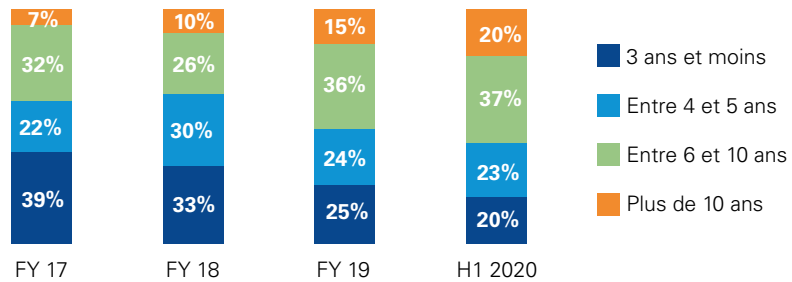
	Croissance moyenne		H1 20 vs H1 19	Poids* H1 20
	FY17 - FY19	H1 17 - H1 20		
Opérations	+ 100%	+ 10%	- 56%	4%
Montants levés	+ 128%	+ 22%	- 71%	2%
Ticket Moyens	+ 14%	+ 11%	- 36%	-



Des capitaux plus orientés vers les Techs plus matures

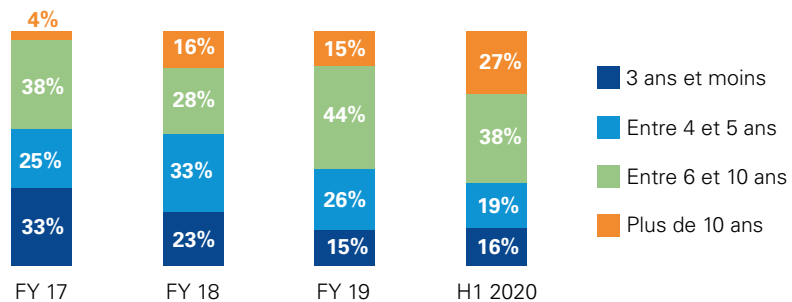
Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs d'origine française, créées depuis 2000

2019 marque une rupture dans la tendance, en faveur de sociétés de plus de 5 ans...



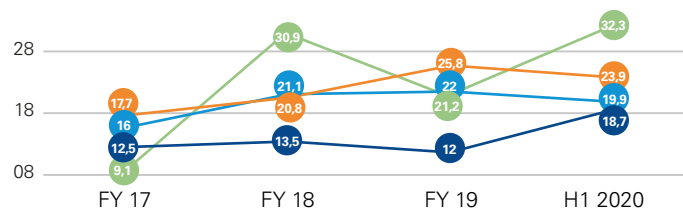
Répartition des opérations par classe d'âge des sociétés

... dont la capacité d'attraction des capitaux s'est renforcée au premier semestre 2020...



Répartition des montants levés par classe d'âge des sociétés

Les sociétés de plus de 10 ans connaissent une forte volatilité de leur ticket moyen



Évolution des tickets par classe d'âge des sociétés

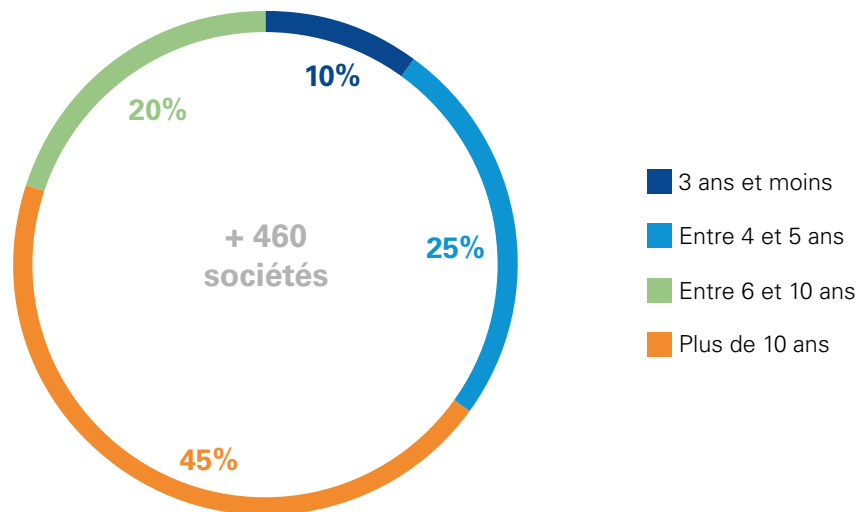
Sources : CapitalIQ, traitement KPMG

Ce qui pose la question de l'exit

Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs, d'origine française, créées depuis 2000

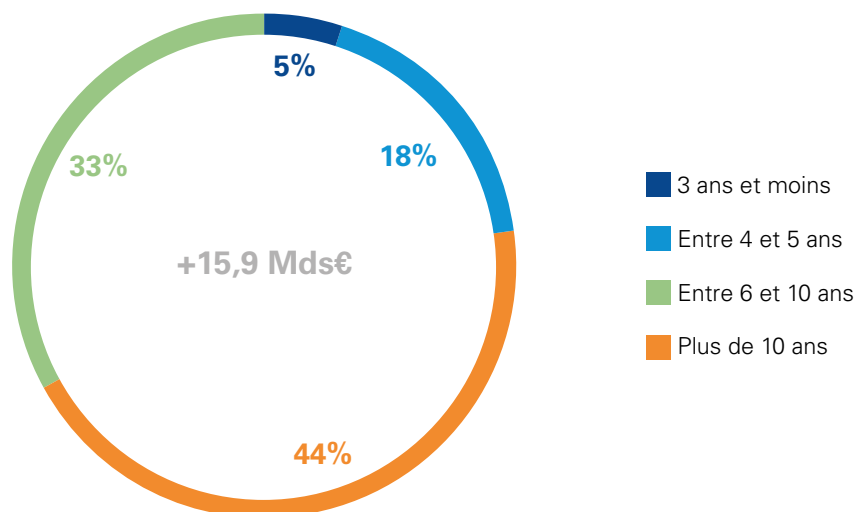
Au 30 juin 2020, les Techs ont levé plus de 15,9 Mds€ depuis leur création

LESTECHS DE PLUS DE 10 ANS REPRÉSENTENT DÉSORMAIS PRÈS DE 20 % DES SOCIÉTÉS AYANT CAPTÉ L'ATTENTION DES INVESTISSEURS ...



Répartition des sociétés par classe d'âge au 30 juin 2020

... ET PRÈS DE 33 % DES 15,9 MDS € INVESTIS, CE QUI POSE LA QUESTION DE L'EXIT FUTUR DE LEURS INVESTISSEURS



Répartition des levées de fonds totales par classe d'âge au 30 juin 2020

Sources : CapitalIQ, traitement KPMG

PROFILS D'INVESTISSEMENTS

Secteur traditionnel, les Martechs ou « l'ancien régime » d'investissement

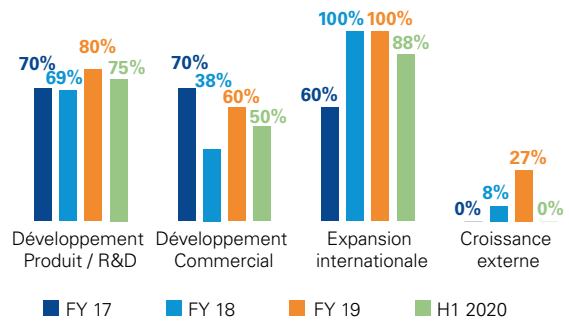
Un rythme d'appel aux investisseurs peu fréquent...

0,5x

Indice de célérité moyen des Martechs entre le 01/01/17 et le 30/06/20

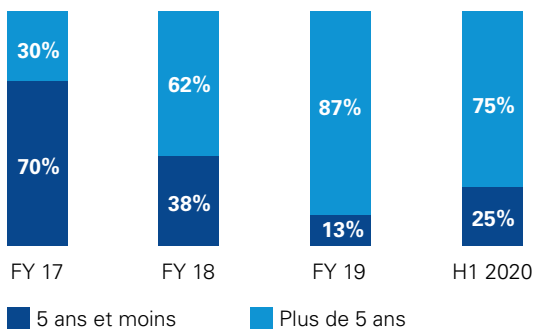
Les Martechs lèvent en moyenne des fonds tous les 2,2 ans, soit un cycle de refinancement 20% plus long que l'ensemble des secteurs de la Tech en France...

... principalement tourné vers la constitution d'un leadership international



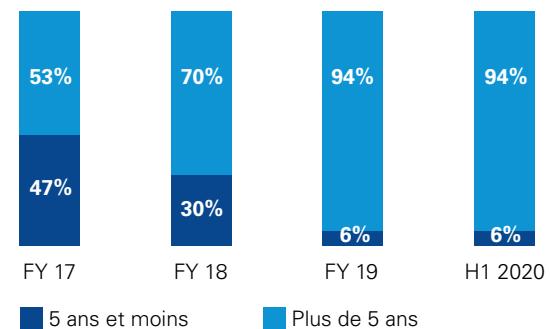
Moyenne des objectifs communiqués par les Martechs lors des opérations, du 1^{er} janvier 2017 au 30 juin 2020

Des investisseurs attentifs aux performances et privilégiant les opérations sur les sociétés plus matures...



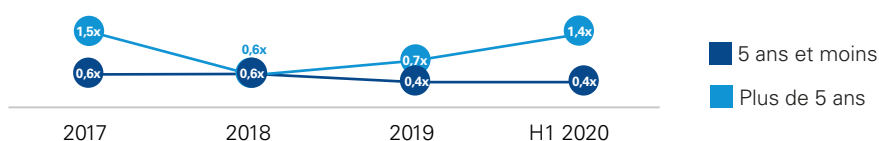
Répartition des opérations visant des Martechs, selon la classe d'âge des sociétés

... qui captent également la grande majorité des capitaux dédiés à ce secteur



Répartition des Montants levés par les Martechs, selon la classe d'âge des sociétés

Les investisseurs sont plus prudents sur les Martechs peu matures que sur d'autres Techs, ce qui se traduit par des tickets moyens plus faibles et en net recul pour cette catégorie, alors que la mouvance inverse est observée pour les plus matures



Rapport entre le ticket moyen des Martechs sur les tickets moyens observés sur l'ensemble des Techs, selon la classe d'âge des sociétés

Le profil d'investissement des Martechs est symptomatique d'un secteur voué à l'internationalisation

L'enjeu de l'internationalisation des Martechs conduit à la constitution d'un secteur certes mature, mais préservant l'innovation au cœur de sa logique.



FRANÇOIS-XAVIER LEROUX

KPMG

Associé, Digital & Customer

Un secteur présent dès les premiers pas d'Internet, en constante évolution

Indissociables de la révolution numérique engendrée par le développement d'Internet, les Martechs (et Adtechs) constituent le secteur historique de la technologie et de l'innovation liée à la nouvelle économie digitale. Évoluant au gré des améliorations des appareils (PC, smartphones, tablettes), mais également de celle des environnements numériques majeurs (Google, réseaux sociaux...), ces dernières ont gagné une maturité parfaitement alignée sur celle des usages et besoins de l'économie « communicante / d'échange » (constitution de visibilité, compréhension, optimisation, et maintenant automatisations).

Loin d'être vieillissant, ce secteur s'est souvent positionné à la frontière technologique, ainsi qu'en première ligne des enjeux sociétaux alors soulevés tels que l'étendue des collectes des données personnelles et de leurs usages. Il a souvent servi de vecteur d'éducation technologique pour les investisseurs.

La crise sanitaire liée au Covid-19 et ses conséquences à plus long terme sur les stratégies marketing des sociétés, ainsi que sur les niveaux d'appétence et d'acceptabilité des cibles (particuliers comme professionnels) marque ainsi une continuité dans l'usage de l'adaptation du secteur à une nouvelle réalité, et donc de nouvelles opportunités.

Répondre à la multiplicité des règles du jeu, une capacité plus forte portée par la maturité

Maîtriser les règles du jeu technologique lié au Marketing et à la communication est un enjeu majeur pour les Martechs, afin d'assurer leur position de partenaire de confiance auprès des marketeurs. Ainsi, répondre rapidement aux nouvelles politiques d'usage des cookies impulsées par Apple et Google, ou encore la gestion du consentement de l'usage des données (RGPD), est nécessaire pour assurer la continuité des services.

Les adaptations vécues au fur et à mesure de leur cycle de vie fournissent une expérience clé aux sociétés plus matures, ayant intégré cette flexibilité au sein de leur culture et processus d'innovation. Ayant les capacités d'alimenter leurs « track records », elles sont plus à même alors de séduire les investisseurs qui les accompagnent dans leurs projets de développement.

L'internationalisation, autre vecteur de favoritisme à la maturité des Martechs

L'internationalisation de nos Martechs est avant tout une nécessité de marché. Créées sur un marché relativement plus circonscrit, ces sociétés doivent intégrer de nouveaux pays afin de poursuivre leur croissance et répondre à leurs fortes ambitions.

Or, celle-ci est particulière. Si la technologie utilisée est en théorie « scalable », les spécificités locales en termes de culture, de production de contenu, de « triggers » à la conversion et de réglementations requièrent une forte adaptation. Le plus souvent, des partenariats avec des agences locales ou la constitution de pools de talents domiciliés dans les pays cibles sont nécessaires et renforcent les besoins d'investissements permettant d'assurer la bonne entrée sur ces marchés.

Aussi observe-t-on un soutien conséquent des investisseurs pour ces projets, intervenant à des maturités de 5 ans et plus. À contrario, la reconnaissance de la valeur ajoutée de ces sociétés technologiques par les marketeurs, associée à la multiplication des niches d'hyperspécialisation (et donc de la constitution de portefeuille de services de Martechs par les marketeurs) diminue les coûts d'acquisition clients, et donc les besoins d'investissements sur ce sujet, pour les plus jeunes.

La technologie, vecteur d'effacement des frontières entre acteurs sur la chaîne de valeur

La crise sanitaire liée au Covid-19 devrait accélérer l'adoption de solutions d'automation marketing (y compris inbound marketing) et favoriser celles qui se fondent sur du « no code* », qui diminue les frictions potentielles des marketeurs, à savoir la technique, nécessitant des profils plus rares sur le marché du travail.

La confirmation de cette évolution majeure contribue à rendre plus perméables les barrières entre les différents prestataires de services dédiés au Marketing, tels que les agences. Elle est ainsi à prendre en considération pour l'évolution du potentiel du M&A sur ce secteur.

* no-code : technologies qui permettent à des utilisateurs de construire des programmes sans écrire de lignes de code informatique, démocratisant cette pratique à des non-initiés au code.

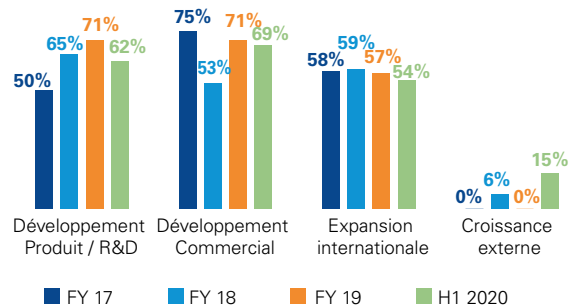
Nouveau secteur de prédilection : les Fintechs ou « le nouveau régime » d'investissement ?

Un rythme d'appel aux investisseurs fréquent...



Les Fintechs lèvent en moyenne des fonds tous les 1,4 ans, soit un cycle de refinancement 20% plus court que l'ensemble des secteurs de la Tech en France ...

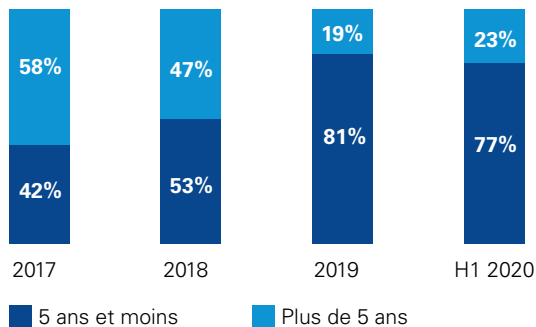
... équilibré entre innovation et constitution d'un leadership



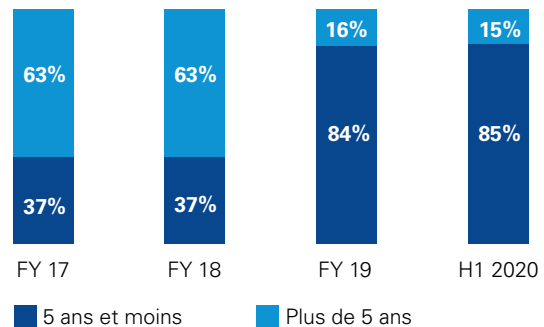
Moyenne des objectifs communiqués par les Fintechs lors des opérations, du 1^{er} janvier 2017 au 30 juin 2020

Des investisseurs qui recherchent des projets peu matures et privilégiant les perspectives plutôt que l'historique...

... permettant aux Fintechs peu matures de capter une part conséquente des capitaux dédiés au secteur

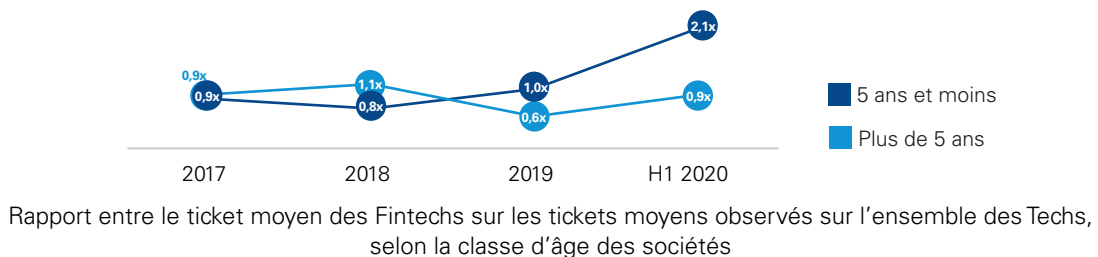


Répartition des opérations visant des Fintechs, selon la classe d'âge des sociétés



Répartition des Montants levés par les Fintechs, selon la classe d'âge des sociétés

Les investisseurs mettent à disposition des Fintechs moins matures davantage de moyens pour accélérer leur développement que pour les autres Techs de la même classe d'âge, et ce de manière plus intense avec un renforcement significatif du ticket moyen



Sources : CapitalIQ, traitement KPMG

Le profil d'investissements sur les Fintechs est amené à évoluer

Le profil d'investissement sur les Fintechs est amené à évoluer en France : les deals spéculatifs vont laisser place aux deals de conviction, axés sur la performance observée.



JEAN-PIERRE VALENSI

KPMG

Head of Capital Markets Advisory

Au delà d'un nouveau régime, un profil d'investissement marqué par le niveau de maturité

A priori, les Fintechs bénéficient d'un profil d'investissement dit « bullish » : rythme d'appel aux investisseurs relativement soutenu ; préférence pour les sociétés jeunes en termes d'opération, de part des capitaux investis, et de taille des tickets moyens ; meilleures valorisations dès les financements « early stage ». Nous avons été dans des deals spéculatifs.

Mais il ne faut pas considérer ces caractéristiques comme l'expression d'un nouveau régime d'investissement en France, dont les Fintechs seraient la figure de proue. Il est avant tout la marque d'un soutien à un secteur historiquement peu mature, et qui bénéficie du très fort développement de l'écosystème de financement de nos start-ups technologiques. À l'instar des régions plus avancées (États-Unis, Royaume-Uni), un soutien plus important est apporté au début du cycle de financement. Permettant d'accélérer le développement des futures pépites, cette évolution marque aussi une montée en maturité des investisseurs (Fonds comme Corporate) sur les cibles françaises dans leur stratégie de prise de participation et soutenu par un accès plus facile au capital.

Un secteur soutenu par une dynamique mondiale favorable

Au-delà des dynamiques propres aux acteurs français du financement, les Fintechs bénéficient d'un momentum mondial très favorable, galvanisé par les performances observées sur des marchés plus matures (U.S., Singapour, Hong Kong). Aussi, les acteurs leaders présents sur des zones géographiques perçues comme moins matures gagnent en attractivité auprès d'investisseurs internationaux.

S'inscrivant dans cette mouvance positive, et dans l'objectif de diversifier leur offre de services, les « Big Techs » internationales s'inscrivent davantage dans le paysage du financement des Fintechs en France, à l'image du géant chinois Tencent, au capital de deux sociétés devenues emblématiques du secteur : Lydia et Qonto.

Un profil d'investissement amené à évoluer, avec des deals toujours plus audacieux

Cependant, le profil d'investissement sur les Fintechs est amené à évoluer en France : les deals spéculatifs vont laisser place aux deals de conviction, axés sur la performance observée.

En effet, la crise sanitaire liée au Covid-19 a permis une prise de conscience sectorielle forte, autour de la nécessité du rattrapage technologique : usage de plateformes flexibles, interconnectées avec des infrastructures cloud résilientes, propres à intégrer des données externes pour une analyse combinée aux données financières internes pour la construction de nouveaux modèles (ex : risque crédit).

Dès lors, les Fintechs qui surperforment constituent des candidats potentiels pour de futures opérations de financement « late stage » plus ambitieuses, la dynamique de marché créant naturellement et rapidement un tri entre les acteurs. Ainsi, on devrait retrouver un ciblage prioritaire sur les sociétés plus matures, captant dès lors une plus grande partie des capitaux, et ce, notamment dans le paiement, segment à la fois historique et le plus dynamique de la Fintech, ou encore celui des néobanques et établissements de crédits 2.0, intégrant déjà les nouveaux enjeux de la maîtrise flexible des données internes et externes.

Un renouveau des opérations de M&A portées par une logique de consolidation

La montée en maturité du profil d'investissement se fera également par l'accélération future d'opérations de consolidation par des Fintechs désireuses d'élargir leur offre de produit et ou de services, en intégrant des technologies à forte valeur ajoutée ou en s'élargissant à des marchés annexes.

Consolidation nationale, mais également internationale, pour nos Fintechs ayant intégré en avant-première les enjeux réglementaires nouveaux autour de l'Open Banking, de la protection des données privées et ayant fondé leur modèle sur la capacité à créer de la valeur pour des partenaires financiers ou non, en portant à son paroxysme la créativité d'usage liée à l'obtention de licences réglementaires clés.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT

Objectifs de développement communiqués lors des levées de fonds

Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs, d'origine française, créées depuis 2000

Le développement produit reste le principal moteur de levée des Techs...

65%

Développement commercial et opérationnel

69%

Développement produit

60%

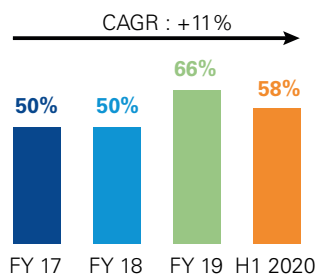
Expansion internationale

Moyenne des objectifs communiqués lors des opérations, du 1^{er} janvier 2017 au 30 juin 2020

Sociétés matures : +5 ans

L'évolution des objectifs de développement selon la maturité peut paraître contre-intuitive

DÉVELOPPEMENT PRODUIT DES SOCIÉTÉS MATURES

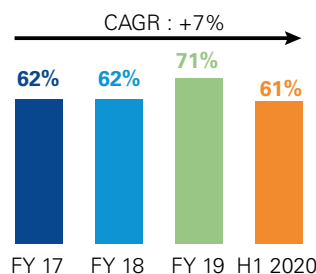


Évolution des objectifs de développement produits communiqués lors des opérations réalisées par des sociétés de plus de 5 ans

Sociétés moins matures : 5 ans et moins

Les objectifs commerciaux et d'industrialisation davantage intégrés plus tôt

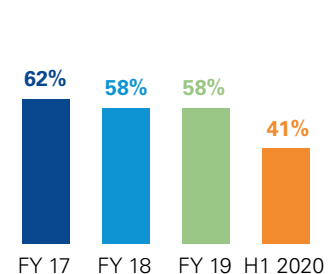
DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DES SOCIÉTÉS PEU MATURES



Évolution des objectifs de développement commercial et industriel communiqués lors des opérations réalisées par des sociétés de moins de 5 ans

La volonté d'expansion internationale est exprimée dès les premières années

DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL DES SOCIÉTÉS PEU MATURES



Évolution des objectifs d'expansion internationale communiqués lors des opérations réalisées par des sociétés de moins de 5 ans

Objectifs de développement : quelques illustrations

Opérations d'un montant de plus de 5 M€, impliquant des sociétés Techs, d'origine française, créées depuis 2000



CONTENTSQUARE

Une société mature qui lève pour innover

Martech - Contentsquare est une plateforme SAAS qui permet aux marques de créer les meilleures expériences digitales sur leurs sites web, mobile et Apps. Sa technologie collecte des milliards de mouvements de souris et d'interactions Mobile, afin d'analyser le parcours des utilisateurs, d'identifier les points de friction, de mesurer la performance des contenus (textes, images, vidéos), et de comparer l'impact des prix et la pertinence des produits. Contentsquare transforme ces données en recommandations, qui permettent aux entreprises de prioriser leurs décisions, et d'augmenter leur conversion et leur chiffre d'affaires.



Objectifs de développement communiqués lors du round

Nos clients et partenaires bénéficieront de **l'accélération de notre innovation**, qui se fera à la fois de façon organique avec d'importants recrutements en R&D et par le biais d'acquisitions.

Nous allons également accélérer notre développement commercial dans nos marchés existants et dans de nouveaux pays.

Jonathan Cherki, CEO ContentSquare

Dernière levée : **173 M€**

Maturité : **Série D**

Année de création : **2012**

Investisseurs sur le round :

BlackRock, Bpifrance, Canaan, Eurazeo, Hermes GPE, Highland Europe, H14, KKR.



qonto

Une société jeune qui lève pour accélérer son développement commercial et international

Fintech – Qonto est la néobanque des entreprises et des indépendants, fondée en 2016 par Steve Anavi et Alexandre Prot. Depuis son lancement en juillet 2017, Qonto simplifie le quotidien bancaire et comptable de plus de 100 000 entreprises. Qonto a étendu son service à l'Italie, l'Espagne en 2019 et à l'Allemagne en 2020.

Grâce à Qonto, les entrepreneurs gagnent du temps (parcours client optimisé dès l'ouverture puis, au quotidien, avec un historique en ligne illimité, un module "notes de frais", des exports comptables), ont un meilleur contrôle tout en laissant l'autonomie aux équipes (notifications en temps réel pour un meilleur suivi, droits et accès ajustables pour chaque collaborateur), une meilleure visibilité (catégorisation automatique des transactions, tableaux de pilotage de la trésorerie). Ils profitent également d'un service client ultra-réactif 7/7 et de prix justes et transparents.



Objectifs de développement communiqués lors du round

Avec ce financement, nous irons plus loin dans l'extension de notre position en France, **tout en accélérant notre croissance sur nos trois nouveaux marchés (en Europe)**. Notre objectif est d'attirer de nouveaux clients PME tout en renforçant notre offre, en incluant davantage d'adaptations aux besoins des consommateurs locaux. Ce financement sera d'une aide clé pour l'obtention d'une licence d'établissement de crédit, et devenir une banque offrant cette gamme de services à nos clients.

Alexandre Prot, CEO Qonto

Dernière levée : **104 M€**

Maturité : **Série C**

Année de création : **2016**

Investisseurs sur le round :

Alven, DST Global, Tencent, Valar.

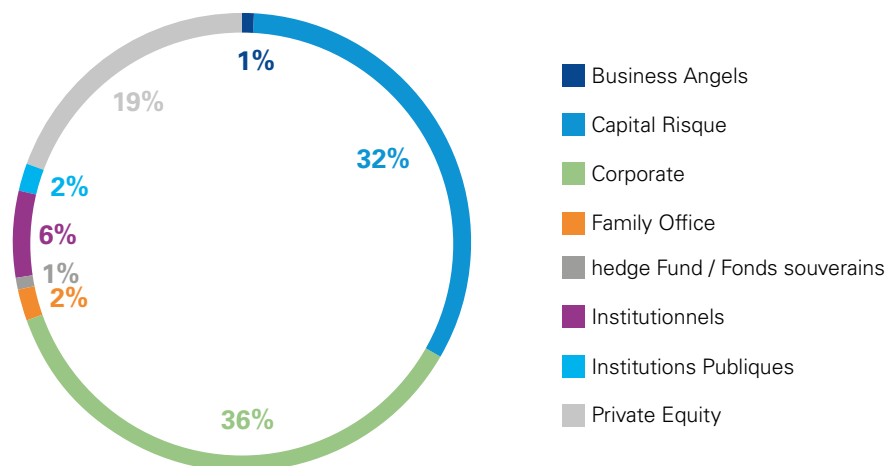
LES INVESTISSEURS DE NOS TECHS

Typologie des investisseurs

Observatoire de la Tech KPMG, intégrant plus de 500 sociétés Techs d'origine française



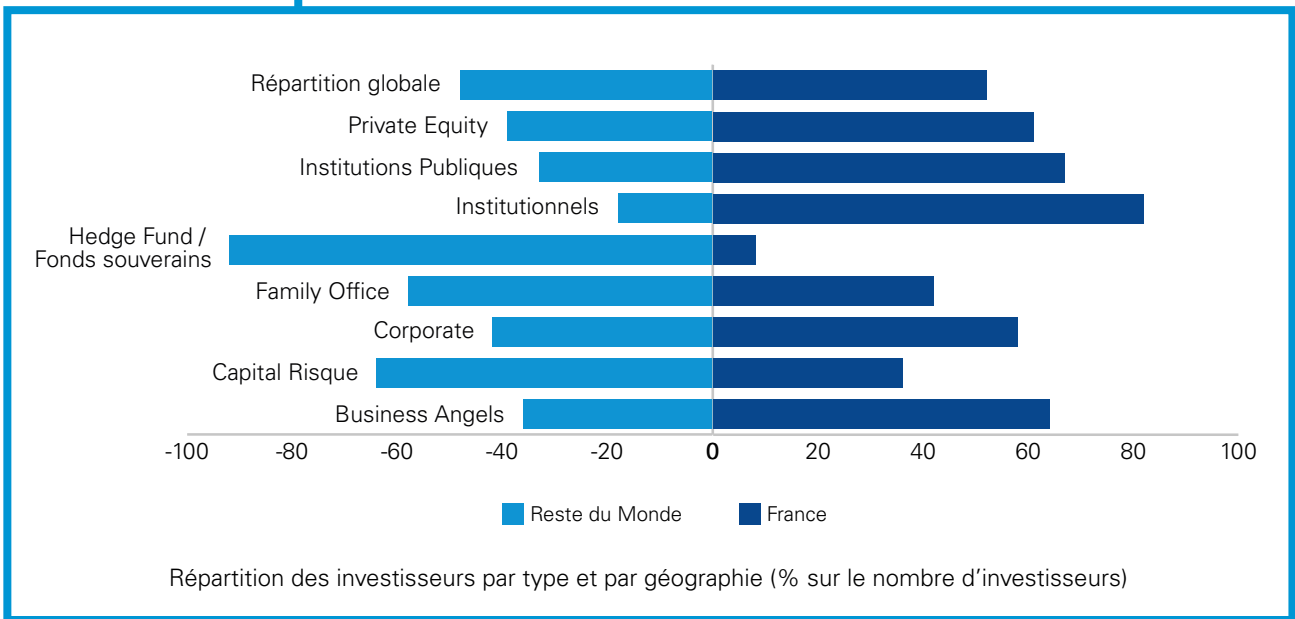
Un univers des investisseurs plus fortement marqué par le Corporate venture...



Répartition des investisseurs par type
(% sur le nombre d'investisseurs)

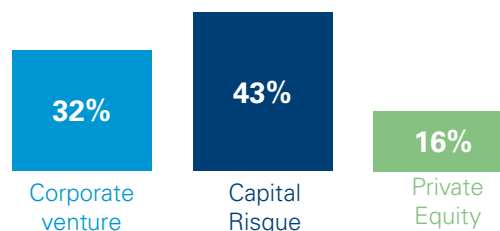
Sources : CapitalIQ, CrunchBase traitement KPMG

... présentant également une distribution plus équitable de la géographie (France vs RDM)



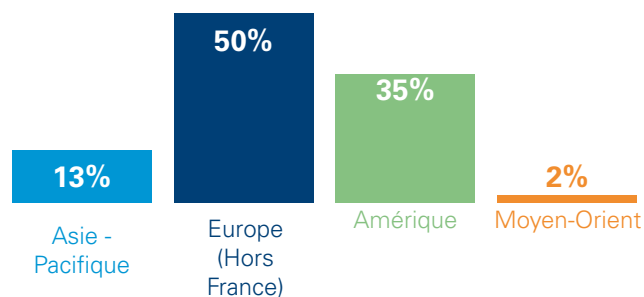
Focus investisseurs étrangers

MÊME SI UNE PART SIGNIFICATIVE DES INVESTISSEURS ÉTRANGERS PROVIENT DU CAPITAL RISQUE, LE CORPORATE VENTURE EST TRÈS PRÉSENT.



Top 3 des types d'investisseurs étrangers (% sur le nombre d'investisseurs étrangers)

L'EUROPE, PREMIÈRE SOURCE D'INVESTISSEURS ÉTRANGERS POUR LES TECHS FRANÇAISES.



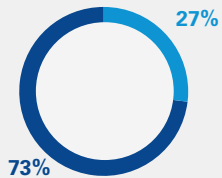
Répartition des investisseurs par grandes zones géographiques (% sur le nombre d'investisseurs)

Sources : CapitalIQ, CrunchBase traitement KPMG

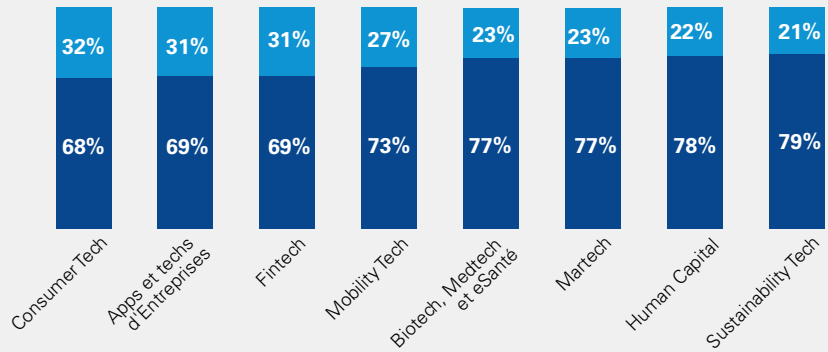
Cartographie des cibles des investisseurs étrangers

Observatoire de la Tech KPMG, intégrant plus de 500 sociétés Techs d'origine française

La Consumer Tech, les Apps & Techs d'Entreprise et les Fintechs, des secteurs plus visibles auprès des investisseurs étrangers...



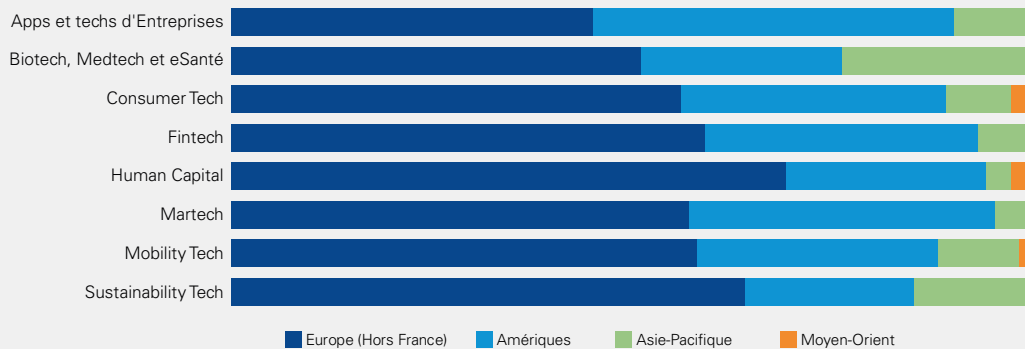
Répartition des opérations par nationalité des investisseurs



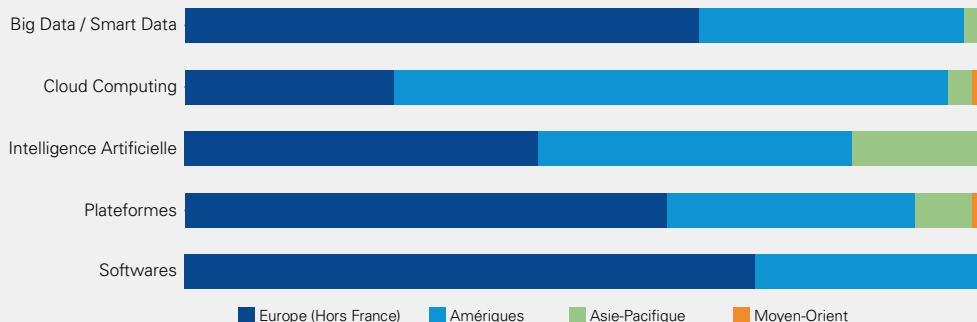
Ventilation des opérations par nationalité des investisseurs et par secteur

Des appétences sectorielles marquées selon la région d'origine des investisseurs étrangers

- **Investisseurs européens** : une sensibilité très forte sur les Techs du capital humain et du développement durable
- **Investisseurs américains** : une préférence marquée pour les Apps & Techs d'entreprises, les Martechs, les Fintechs et les Consumers Techs
- **Investisseurs asiatiques** : une appétence particulière pour les Techs de la santé et du développement durable



Alors que les investisseurs européens se sont davantage intéressés au Software, au Big Data et aux plateformes, les américains ont préféré le Cloud Computing et l'Intelligence Artificielle



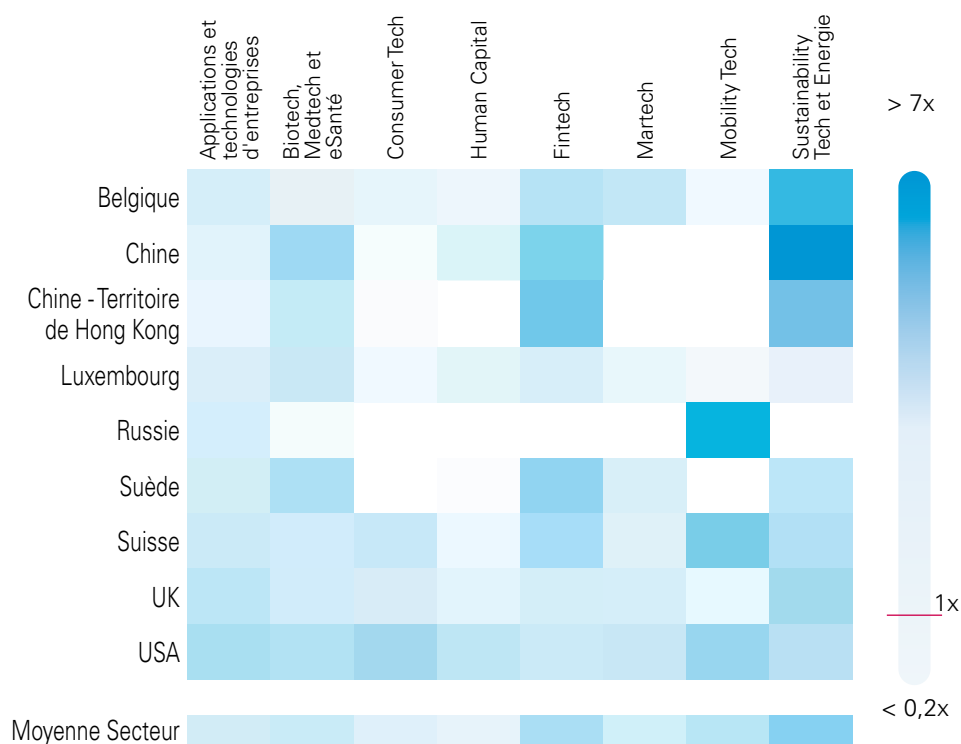
Sources : CapitalIQ, traitement KPMG

Les cibles prioritaires des investisseurs étrangers

Observatoire de la Tech KPMG, intégrant plus de 500 sociétés Techs d'origine française

Les investisseurs étrangers sont prêts à donner davantage de valeur aux Sustainability Techs et aux Fintechs

PERFORMANCE RELATIVE DES INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS SUR LA VALORISATION DES SOCIÉTÉS TECHS DE L'OBSERVATOIRE KPMG



Rapport entre la valorisation moyenne des Techs de l'observatoire dans lesquelles les investisseurs étrangers ont investi, sur celle de l'univers des sociétés de notre observatoire, par secteur au 30/06/2020

Au-delà du mix de maturité et des performances, les investisseurs étrangers ont des sensibilités spécifiques quant aux cibles prioritaires de leurs investissements, qu'ils sont prêts à davantage valoriser :

- **Les États-Unis** disposent d'une forte expertise multidisciplinaire sur la Technologie, leur permettant d'adresser l'ensemble des secteurs technologiques, en choisissant des sociétés qu'ils sont prêts à valoriser en moyenne deux fois plus que la moyenne observée en France
- **Les investisseurs chinois** (dont Hong Kong) ciblent en priorité les Sustainability Techs et Fintechs, qu'ils valorisent davantage que leurs pairs étrangers, privilégiant des sociétés ayant réalisé les meilleures performances et de facto plus visibles par delà l'Oural
- **Les investisseurs européens** valorisent davantage les Fintechs, qu'ils soutiennent avec plus de vigueur que leurs pairs américains, du fait de formation facilitée de Fintechs paneuropéennes grâce au « passeportage » des agréments au sein de l'Union Européenne et de la zone Euro.

Sources : CapitalIQ, traitement KPMG

Qui sont les « licorneurs » ?

Observatoire de la Tech KPMG, intégrant plus de 500 sociétés Techs d'origine française

39

investisseurs internationaux au capital de licornes mondiales ont investi dans nos Techs françaises...



... qui ont déjà investi dans

75

licornes internationales

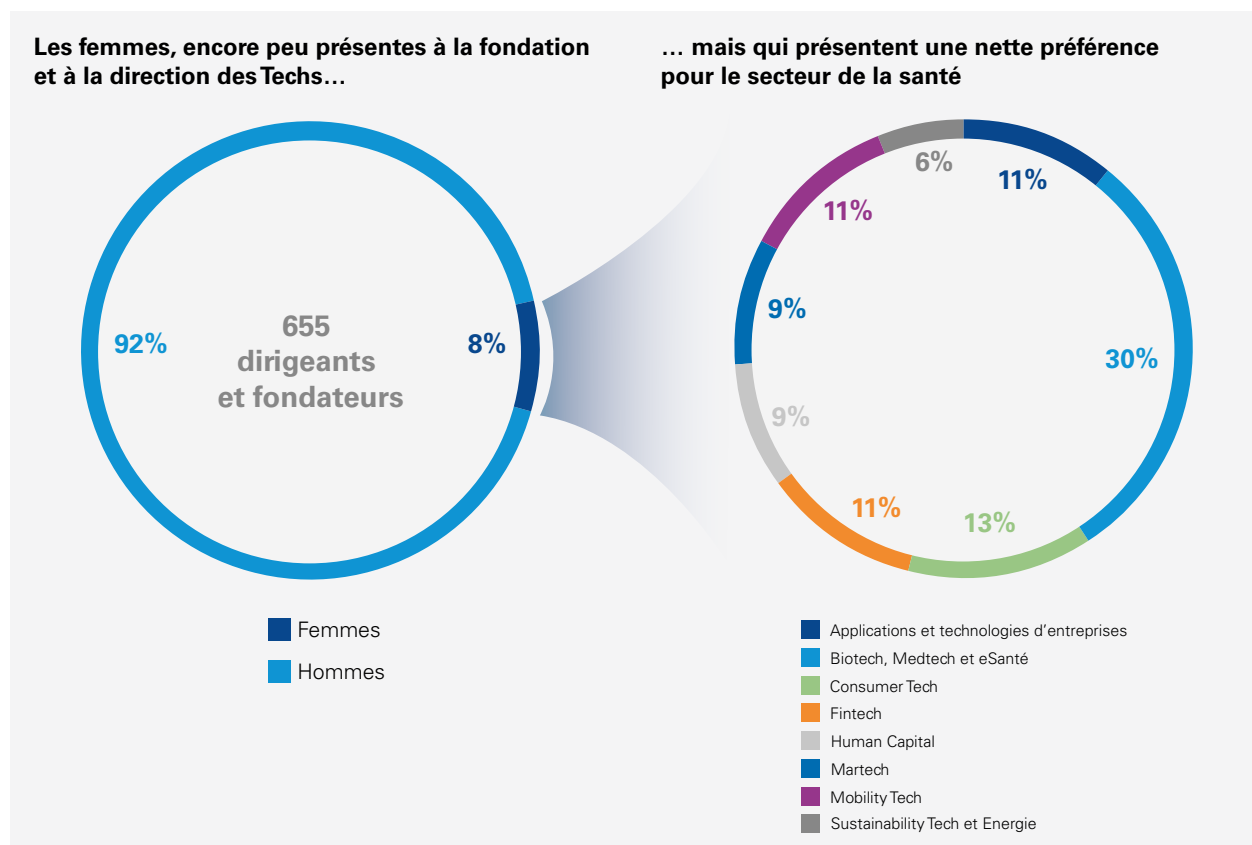


Sources : CBInsights (données publiques), traitement KPMG

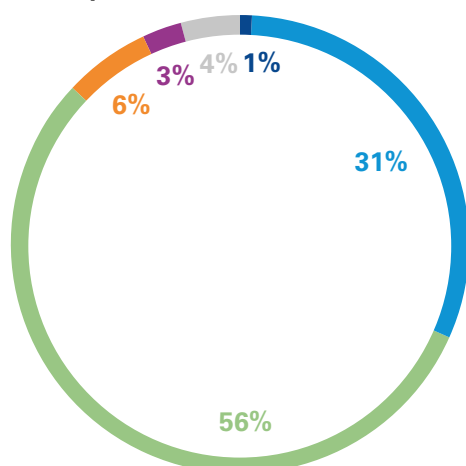
LES DIRIGEANTS DE NOS TECHS

Qui sont les dirigeants fondateurs ?

Analyse réalisée sur plus de 600 profils au sein de 200 sociétés Techs en France

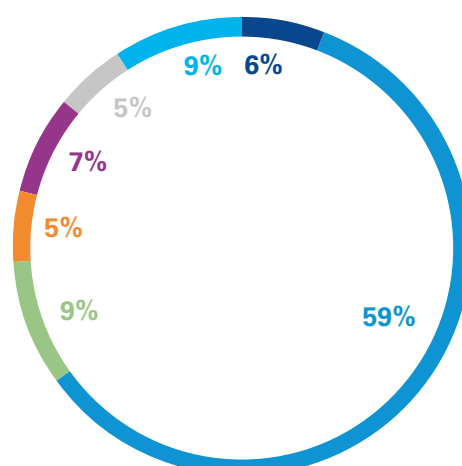


Des profils majoritairement ingénieurs et scientifiques...



- Autodidacte
- Commerce - Économie
- Ingénieur - Sciences
- Médecine - Santé
- Profession libérale
- Sciences Politiques - Sociologie

... provenant principalement de l'univers corporate



- Conseil
- Corporate
- Finance
- Post-Ecole
- Profession libérale
- Recherche
- Serial Entrepreneur

GLOSSAIRE

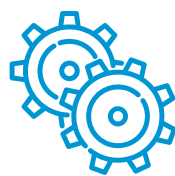
Définitions des technologies

Technologie	Définition retenue au sein de l'étude et du Top Tech Tomorrow
Big Data / Smart Data	Ensemble de solutions permettant de collecter, gérer, analyser des données de fort volume, forte vélocité et forte variété, ou permettant d'acquérir des données précises pour des analyses intelligentes. Sont gérées à titre d'exemple des données non structurées, pouvant ne pas connaître de compatibilité de format (photos, vidéos, audio, données textuelles, numériques, etc.).
Cloud Computing	PC virtuels, hébergement, infrastructures distantes, XaaS (SaaS, PaaS, IaaS, ...) c'est-à-dire accessibles par internet (Cloud).
Hardware	Appareils (petits ou gros) électroniques répondant à des besoins spécifiques
Infrastructures	Ensembles technologiques mêlant (ou non) algorithmes et hardware de taille significative, et liés à la production (énergétique, agronomique, médicamenteuse, etc...).
Intelligence Artificielle	Nous entendons par Intelligence Artificielle un ensemble de solutions algorithmiques bénéficiant d'une autonomie d'actions plus ou moins grande (de l'assistance à l'intelligence ou processuelle, i.e. imitation du processus de réflexion et d'action humain dans un cadre spécifique, à l'intelligence autonome, où les algorithmes permettent des actions automatiques selon une stratégie non définie par l'homme en fonction d'objectifs prédéfinis). On retrouve entre autre au sein de ces solutions des notions telles que le machine learning (apprentissage de la machine), les processus linguistiques naturels (compréhension et production), la gestion d'images (reconnaissance et production) ou encore des processus discursifs (reconnaissance et génération de paroles).
IoT (Internet des Objets)	Ce terme désigne à la fois l'ensemble des objets physiques capables d'émettre des données via un système électronique peu consommateur d'énergie, l'ensemble des réseaux dédiés à leur collecte et transport (ex basses fréquences et à faible consommation) ainsi que les solutions permettant d'accueillir ces données, de les rendre compatibles avec des systèmes d'information existants, de les analyser, voire d'envoyer des commandes à d'autres objets intelligents.
Plateforme	Interface numérique permettant de mettre en relation des parties tierces pour la réalisation d'une activité spécifique. Les Marketplaces en constituent un exemple en mettant en relation une offre et une demande de produit ou de service, tout en l'animant.
Production additive	Procédés de fabrication d'éléments physiques par ajout de matières et assistés par des algorithmes. Ils permettent notamment la fabrication d'une très grande variété d'objets hétéroclites (personnalisation de la forme, des propriétés physiques) à partir d'une même unité de production. L'impression 3D en est un exemple.
Robotique (dont drones intelligents)	Technologie d'automatisation d'activités physiques. A titre d'exemple, on y retrouve des robots autonomes dédiés à la supply chain, des drones de surveillance aérienne, des appareils intervenant en support aux opérations chirurgicales ou encore exosquelettes.
Software – métiers	Logiciels répondant à des problématiques techniques et métiers précises, généralement complexes (hors analyse de données).

Les secteurs technologiques Top Tech Tomorrow

SECTEURS	NATURE DES SERVICES ET TECH CONCERNÉES
Applications et technologies d'entreprises	Ces sociétés fournissent des solutions aux entreprises, physiques (hardware) ou immatérielles (algorithmes) afin de les accompagner dans les opérations de production. On compte notamment des services de cloud computing, de solutions XaaS, des systèmes embarqués, des services de Big Data, IA, IoT, ...
Biotech / Medtech /e-santé	Ces sociétés fournissent des solutions technologiques aux professionnels ou aux particuliers, orientées sur la santé. On compte notamment le développement de nouveaux traitements ciblés, d'outils opératoires ou permettant d'améliorer le quotidien de patients, de plateformes de gestion de services liés à la santé, ...
Consumer Tech	Principalement tournées vers le grand public, ces sociétés technologiques impactent nos activités quotidiennes, que ce soit notre expérience alimentaire (foodtech), les gardes-robes (fashiontech), ou encore les loisirs (gaming, bricolage).
Fintech	Ces sociétés proposent des technologies innovantes aux particuliers ou aux institutions financières. Pour les premiers, elles cherchent notamment à transformer leur expérience de l'ensemble des services financiers auxquels ils font appel. Pour les secondes, elles permettent notamment d'améliorer les performances et les qualités de services.
Human Capital	Ces sociétés développent des solutions technologiques qui s'intègrent dans l'économie de la connaissance ainsi que dans l'acquisition, la gestion et les évolutions des talents dans le monde professionnel.
Martech et Adtech	Ces sociétés présentent des solutions technologiques dédiées aux entreprises, ayant pour objectif d'impacter fortement leur relation avec leurs clients et/ou prospects. Elles permettent notamment d'analyser le parcours client, d'effectuer de la veille sur les réseaux sociaux, de gérer les commandes, de développer des solutions de vente multicanal, de communiquer avec les clients...
Mobility Tech	Ces entreprises proposent des solutions technologiques qui impactent nos relations avec nos pairs, notre manière de voyager (quotidiennement ou occasionnellement). On retrouve notamment des solutions d'auto-partage, de location de véhicules, d'hébergement, de voyage ou de mise en relation.
Sustainability Tech et Energie	Ces sociétés développent des technologies et solutions innovantes permettant d'améliorer la production énergétique, en la rendant notamment plus performante et plus propre. On retrouve également des sociétés apportant des solutions innovantes pour lutter contre le gaspillage, la surconsommation ou proposant des productions quotidiennes plus saines pour l'environnement.

FICHES
SOCIÉTÉS
APPS & TECHS
D'ENTREPRISES





Lauréat 2019



Applications et technologies d'entreprise



www.actility.com



2010



Lannion (22), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Olivier HERSENT
Co-fondateur, CEO & CT

Bernard JANNES
Co-fondateur & VP R&D

Nicolas JORDAN
Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- **Institutionnels** : Bpifrance
- **Venture Capital** : Indinvest Partners, Ginko Ventures,
- **Family Office** : Creadev
- **Corporate Venture** : Swisscom, Inmarsat, Orange Digital Ventures, KPN, Foxconn, Bosch, Cisco Systems

Caractéristiques de la société

Problématiques de réseau et de protocoles

- Membre cofondateur de l'alliance LoRaWAN (lora-alliance.org), qui regroupe plus de 500 opérateurs et acteurs l'IoT mondiaux, dont Orange mais aussi Amazon, Cisco ou encore Alibaba
- Intégration des principaux protocoles de communication LPWAN (LoRaWAN, 3GPP - 3rd Generation Partnership Project)

Positionnement

- Actility déploie des réseaux LPWAN et des solutions de géolocalisation multi-technologies, et fournit les plateformes de gestion des capteurs, des données IoT et gère l'interconnectivité des réseaux LPWAN



Description de la société

Actility a pour ambition de répondre aux besoins majeurs de connectivité durable et à moindre coût de la révolution industrielle à venir permise par les objets connectés (IoT – Internet of Things).

A travers ThingPark™, Actility offre une plateforme de gestion de la connectivité à de très nombreux appareils, utilisant les principaux protocoles de communication LPWAN (réseaux à bas débits, à large portée et à faible consommation), une fluidité du roaming inter-opérateur, une technologie de géolocalisation ultra-basse consommation et des outils avancés de stockage et d'analyse des données avec une sécurisation des données communiquées.

La société a pour clients des équipementiers (Cisco Systems, Schneider Electric...), des intégrateurs de solutions pour l'industrie (énergie, manufacture, logistique), des opérateurs (Comcast, Orange, KPN, Swisscom...) ainsi que des autorités en charge de l'aménagement territorial dans le monde (Smart City, Nouvelle route de la soie, ...).



Croissance

Faits notables

- 2017 : l'acquisition de Abeeway positionne Actility en leader des solutions de géolocalisation à très basse consommation
- Chiffre d'affaires 2017 (estimé) de 30M€, vs 16M€ en 2016
- Croissance de 100% par an du nombre d'objets connectés et de 50% par an de la taille du réseau (tous opérateurs confondus)
- 2020 : la société est nommée « Cool vendor » par Gartner
- Accords et partenariats avec plus de 40 opérateurs de télécommunication dans le monde
- Capacité de gestion des principaux standards d'intégration de l'IoT : LoRaWAN et 3GPP
- En 2019, Actility a cédé son activité énergie à Veolia
- **Covid-19** : en 2020, Actility produit grâce à Abeeway un badge connecté permettant la lutte contre la propagation de Covid-19 en entreprise (digital back-tracing)

Internationalisation

- La société dispose d'une dizaine de bureaux répartis en Europe, aux États-Unis et en Asie - Océanie
- La société opère le déploiement de réseaux LoRaWAN dans plus de 15 pays dans le monde



Levées de fonds (104 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Actility souhaitait accélérer la distribution sur le marché de ThingPark Entreprise™, sa solution qui permet de déployer et d'interconnecter des réseaux IoT pour les entreprises, ainsi que les solutions de géolocalisation de sa filiale Abeeway™.

Force commerciale : la société envisageait de développer un large écosystème de partenaires en France et dans le monde, l'Amérique du Nord et la Chine constituant des marchés clés.



<2016 2017 2018 2019 2020



Lauréat 2019



aircall



Applications et technologies d'entreprise



www.aircall.io



2014



Paris (75), France



Description de la société

La transition des entreprises à la téléphonie cloud s'accompagne rarement d'une modification en profondeur de leur usage. C'est pourquoi Aircall propose une solution de téléphonie d'entreprise et de centre d'appels qui se met en place en quelques instants, à distance, et qui ne nécessite aucun matériel ou maintien particulier.

La solution possède de nombreuses fonctionnalités pensées pour l'usage de ses clients, telles qu'une gestion intelligente des appels (automatisation des parcours téléphoniques, gestion des files d'attente, suivi des données, etc.) ainsi qu'une connectivité en 1 clic avec la plupart des outils métiers du marché (CRM, helpdesk et ERP).

L'interface donne accès à des analyses poussées sur les performances des collaborateurs et lie chaque donnée avec les différents outils de gestion client (CRM) et de vente déjà utilisés par ses clients.

L'objectif est double : un gain de productivité pour les équipes de son client, et une meilleure qualité de la relation client. Dernièrement, la société a également intégré des solutions d'Intelligence Artificielle permettant une retranscription automatique des communications ainsi qu'une analyse de sentiment, en support à l'analyse de productivité de ses clients.



Croissance

Faits notables

- Aircall compte plus de 6000 entreprises clientes dont Cap Retraite, Chauffeur Privé (Kaptén) ou encore Prisma Media et revendique 60 000 utilisateurs dans le monde
- Le chiffre d'affaires de la société n'est pas public, mais la croissance annuelle est au-delà de 70%
- Aircall fait transiter plusieurs millions d'appels par jour
- En 2019, Aircall se lance dans la vente indirecte via des partenariats avec des revendeurs de solutions cloud
- Aircall présente pour la première fois lors du TechCrunch 2019 sa marketplace d'applications
- **Covid-19** : la crise a accéléré la demande auprès du produit. La société a également fait preuve de solidarité et d'engagement par la mise en place de plateformes d'appels soutenues par l'Etat pour soutenir les personnes isolées et fragiles pendant le confinement

Internationalisation

- Aircall est présent dans plus de 100 pays et dispose de bureaux à Paris, New-York, et Sydney (2021). Les collaborateurs sont issus de 35 nationalités différentes
- Aircall réalise 85% de son chiffre d'affaires à l'étranger dont plus de 30% aux États-Unis



Levées de fonds (101 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Aircall compte renforcer ses équipes de R&D pour enrichir son offre technologique.

Force commerciale : la société accélère son internationalisation en renforçant ses équipes en Europe, aux États-Unis et en Australie (ouverture 2021).

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Olivier PAILHES

Co-fondateur & CEO

Jonathan ANGUELOV

Co-fondateur & COO

Pierre-Baptiste BÉCHU

Co-fondateur

Xavier DURAND

Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- Adam Street, Balderton Capital, Deutsche Telekom Capital Partners, Draper Esprit, eFounders, Next World Capital.

Caractéristiques de la société

Place de marché - intégrateur

La plateforme Aircall permet l'intégration des solutions de CRM, de HelpDesk ou des ERP utilisés par ses clients, mais également le libre accès à son API pour que les développeurs de ses clients puissent l'adapter à leurs besoins spécifiques.

Positionnement

- Aircall propose une solution de téléphonie 100% cloud pour les entreprises. Elle s'installe en quelques minutes et bénéficie d'une grande flexibilité de déploiement vis-à-vis des acteurs traditionnels de la téléphonie d'entreprise.
- La société vise les PME afin de leur fournir une flexibilité d'usage et des gains de productivité non proposés par les acteurs traditionnels.

16

<2016

2017

25

2018

2019

60

2020



algolia



Applications et technologies d'entreprise



www.algolia.com



2012



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Bernadette NIXON
CEO

Nicolas DESSAIGNE
Co-fondateur

Julien LEMOINE
Co-fondateur & CTO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Accel Partners, Alven Capital, Index Ventures, Lead Edge Capital, Point Nine Capital, SaaStr, Salesforce Ventures, Strom Ventures, Wilab
- Investisseurs privés

Caractéristiques de la société

Innovier sur le parcours utilisateur

- Algolia propose à ses clients d'enrichir le parcours de recherche des utilisateurs finaux à travers notamment des recherches contextualisées ou des interfaces vocales

Positionnement

- La société ne se positionne pas sur le segment des moteurs de recherche génériques, dominé par une poignée de grands acteurs
- Son positionnement BtoB lui permet de s'attaquer à un marché délaissé par ces derniers tout en assurant une continuité de l'expérience utilisateur sur la recherche



Description de la société

Algolia fournit aux entreprises des API et plugins adaptés aux principales structures de code informatique afin qu'elles puissent aisément créer des moteurs de recherche internes pour leurs sites Internet, places de marché ou encore applications mobiles.

Les utilisateurs s'étant accoutumés au moteur de recherche de Google, particulièrement performant, ils ont développé des attentes élevées en termes d'expérience de recherche en ligne, auxquelles les entreprises ne peuvent souvent pas répondre.

Les outils fournis par Algolia permettent alors à ses clients de construire des moteurs de recherches flexibles, personnalisés (on et offline) et ultraspécialisés afin de répliquer des performances égales à celles du célèbre moteur de recherche.



Croissance

Faits notables

- Au premier semestre 2019, Algolia a généré plus de 50 M\$ de revenus récurrents au premier semestre 2020, contre 20 M€ en 2017 et 1M€ en 2014
- Algolia annonce permettre d'effectuer plus d'un trillion de recherches en 2020, touchant quotidiennement un internaute sur six dans le monde
- La société fournit plus de 9000 clients (vs 3000 en 2017) répartis dans 120 pays, principalement dans le secteur du e-commerce, des médias, et des solutions professionnelles digitales. Parmi ses clients, elle compte Periscope (Twitter), Twitch (Amazon), Stripe, Blablacar, LVMH ou encore Lacoste
- Algolia est propriétaire des algorithmes de recherches spécifiques qu'elle fournit à ses clients
- **Covid-19** : la demande et l'usage des fonctionnalités d'Algolia se sont intensifiés durant la crise, avec un recours à ses outils de recherche pendant le confinement en moyenne 15% supérieur au pic habituellement observé lors du Black Friday

Internationalisation

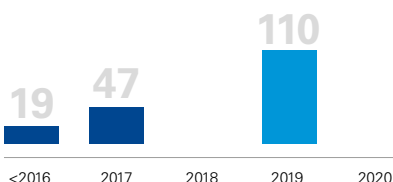
- La société dispose de 6 bureaux dans le monde : Paris, Londres, San Francisco, New York, Atlanta et Tokyo, afin de couvrir l'ensemble des grandes zones géographiques



Levées de fonds (176 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Algolia souhaite poursuivre l'extension industrielle de son produit, notamment dans le e-commerce en répondant à des besoins d'usages ciblés tels que l'intégration au sein de la plateforme Salesforce ou encore perfectionner la recherche au sein d'applications pour les développeurs.

Expansion internationale : après avoir réalisé les objectifs de sa levée de fonds précédente (conquête asiatique et britannique), la société envisage une implantation physique en Allemagne et en Australie.





Applications et technologies d'entreprise



www.believement.com



2005



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Denis LADEGAILLERIE
Co-fondateur & Group CEO

Arnaud CHIARAMONTI
Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- Technology Crossover Ventures (TCV)
- Ventech
- XAnge Capital
- GP Bullhound

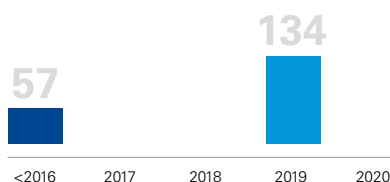
Caractéristiques de la société

Stratégie de croissance externe

- La croissance de la société est portée par son expansion à l'international au moyen d'acquisition d'acteurs clés. Ces opérations s'accompagnent d'un déploiement de nouveaux services autour du développement d'artistes, renforçant le contrôle de la chaîne de valeur.

Positionnement

- Believe est le leader de la distribution digitale et des services aux artistes et labels indépendants. Ses actions sont dirigées par la volonté de servir au mieux l'ensemble des artistes avec transparence et équité.



Description de la société

Le streaming s'est imposé en quelques années comme le moteur de l'industrie musicale, créant de nouvelles opportunités pour l'ensemble des acteurs du marché. La transformation digitale s'accompagne également d'un changement de paradigme en remettant l'artiste au cœur de la création de valeur.

Afin de répondre au mieux aux enjeux technologiques et commerciaux, Believe propose une offre complète de services dédiés au développement des artistes et à la diffusion de leur œuvre sur l'ensemble des plateformes de streaming.

Believe se positionne comme une référence dans la distribution mondiale de contenus sur les plateformes de streaming existantes. Elle prend également en charge la distribution physique grâce à un réseau de partenaires de confiance sur tous les marchés-clés.

Believe dispose enfin d'une variété de services, notamment marketing, permettant de développer et promouvoir les artistes émergents. La capacité d'innovation technologique de Believe lui permet d'atteindre une efficacité opérationnelle dans ses activités et une excellence dans la relation avec les artistes.



Croissance

Faits notables

- Believe représenterait plus 8% de la distribution numérique de musique dans le monde sur les grandes plateformes de streaming telles que Spotify, Apple Music ou Deezer
- Believe distribue plus de 1,5 million d'artistes, dont PNL et Jul
- 220 plateformes partenaires dans le monde
- En 2019, la société a acquis des parts significatives du label 6&7, fondé par Pascal Nègre, ancien PDG d'Universal Music France et réalisé l'acquisition des labels indiens EntCo et Vénus
- **Covid-19** : les artistes accompagnés et distribués par Believe sont en grande partie des digital natives qui font leur preuves sur les réseaux sociaux tels que TikTok ou Snapchat, et proposent donc une offre intrinsèquement plus résiliente que le schéma classique des labels

Internationalisation

- Une présence à l'internationale sur l'ensemble des continents (Afrique, Amérique du Nord et du Sud, Asie, Europe, Océanie) et 32 bureaux dans le monde
- En 2019 la société a acquis Canvas Talent ainsi qu'Entco dans l'objectif de se développer sur le marché Indien



Levées de fonds (191 M€ au total) et objectifs de développement

Développement commercial : Accélération de la croissance des services de valeur distribution, « artist services » et « artist development ».

Expansion internationale : Ouverture de nouveaux pays et renforcement des bureaux locaux.

Le **développement stratégique** est réalisé de façon organique ou par acquisitions (4 par an en moyenne).



Applications et technologies d'entreprise



www.braincube.com



2007



Issoire (63), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Laurent LAPORTE
Co-fondateur & CEO

Hélène OLPHE-GALLIARD
Co-fondateur & CSO

Sylvain RUBAT
Co-fondateur & DG

Effectifs



Principaux investisseurs

- Iris Capital
- Next47 (Siemens)

Caractéristiques de la société

Collecte et sécurité des données

- Braincube collecte les données depuis les appareils IoT mais également depuis les systèmes d'informations et personnel, les nettoie et contextualise automatiquement
- Elles sont cryptées et stockées dans des espaces dédiés et cybersécurisés choisis avec la DSI de l'industriel

Positionnement

- Les solutions de Braincube visent la simplification, l'objectivation et l'automatisation de l'analyse des paramètres « impactant » l'efficacité et la qualité de production des sites industriels
- L'industriel dispose alors de propositions de « meilleurs réglages » et peut ensuite choisir d'afficher ces instructions aux postes de production ou qu'une intelligence artificielle les renvoie directement à l'automate, en mode autoadaptatif
- La société développe des partenariats avec des concepteurs et fournisseurs de machines industrielles pour intégrer ses solutions, rendant ses outils plus accessibles aux PME



Description de la société

L'intégration d'appareils et processus de production 4.0 s'avère particulièrement difficile pour les industriels et manufacturiers qui doivent dès lors numériser leurs opérations afin d'optimiser leurs processus et augmenter leurs parts de marché sans remettre en cause leurs performances.

Pour y répondre, Braincube s'est positionné très tôt comme pionnier de l'intelligence artificielle au service de l'industrie. La société a développé un environnement mêlant plateforme cloud et applications en « edge computing » permettant d'optimiser la production de tout site industriel (anticipation et élimination des produits non-conformes, amélioration de la qualité et de l'efficacité).

Pour cela, ses solutions collectent et traitent instantanément des données brutes à chaque étape de production et de qualité d'un produit, sur trois sources : les automates de production, les systèmes d'informations de ses clients et auprès du personnel. Sont ensuite générés des jumeaux virtuels des site/lignes de production afin d'étudier les différentes variables de performances des sites réels (d'une vision globale à une granularité fine d'analyse sur le produit). Ces informations sont ensuite transmises aux équipes et automates pour modifier en conséquence les paramètres à l'origine de nuisances ou de freins de production.



Croissance

Faits notables

- Braincube compte parmi ses clients plus de 250 industriels, 50% des des sociétés du CAC 40 qui entrent dans cette catégorie. On peut notamment identifier : Arcelor Mittal, Gerdau, The Dow Chemical Company, Michelin, Nestlé, Safran, Saint-Gobain, Siemens, Smurfit Kappa ou encore UPM
- Entre 2007 et 2018, Braincube a permis à plus de 80 grands clients internationaux, implantés dans plus de 30 pays, d'économiser près d'un milliard d'euros en coûts de production
- Plus de 25 000 utilisateurs et plus de 800 lignes de production utilisent l'infrastructure Braincube
- En 2017, Siemens décide de choisir Braincube comme son partenaire pour les applications IoT et AI sur MindSphere et ses solutions Edge
- **Covid-19** : la société a accompagné ses clients pour l'adaptation de l'activité de leur appareil industriel aux problématiques induites par la crise sanitaire



Levées de fonds (12 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : ces fonds devaient servir à augmenter ses investissements dans le développement de sa solution logicielle référente d'intelligence artificielle et d'analyse avancée des données de production.

Développement commercial : Braincube se donne pour objectif de doubler le nombre de sites clients équipés d'ici 2020.

12

<2016 2017 2018 2019 2020



Applications et technologies d'entreprise



www.dataiku.com



2013



New York, États-Unis

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Florian DOUETTEAU
Co-fondateur & CEO

Thomas CABROL
Co-fondateur & Chief Data Scientist

Clément STENAC
Co-fondateur & CTO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Battery Ventures
- CapitalG (Google)
- Dawn Capital
- FirstMark Capital
- ICONIQ Capital
- Stripes
- Tiger Global Management

Caractéristiques de la société

Partenariat

- La société se développe en ayant recours à de grands partenaires. AWS, Microsoft et Google Cloud sont de puissants acteurs contribuant à l'expansion de la start-up

Positionnement

- La société propose une version gratuite et une version payante de ses solutions
- Dataiku n'a pas voulu se limiter à une tâche et un secteur précis, l'offre proposée est relativement large



Description de la société

L'avènement de la donnée et de son usage au cœur de la nouvelle économie implique des tensions sur les ressources capables d'utiliser et de mettre en œuvre les projets associés, plus particulièrement les « Data Scientists ». Faute d'accès à ces ressources en situation de rareté, les entreprises risquent d'accuser d'un retard significatif dans leur transformation numérique.

Face à ces enjeux, Dataiku a fait le choix de promouvoir l'accès à la data science au plus grand nombre plutôt que de la restreindre à des usages d'experts. La société a ainsi développé une plateforme permettant de gérer les projets de Data Science et plus particulièrement d'Intelligence Artificielle sur l'ensemble de leur cycle de vie : de la collecte des données au déploiement des applications auprès des métiers, en passant par le développement de ces dernières.

Dataiku fournit à ses clients une infrastructure qui se connecte à l'ensemble des données dont ils disposent, les structure et les enrichit dans un premier temps puis les intègre à des outils d'analyse et de visualisation permettant aux néophytes d'effectuer simplement des analyses et prises de connaissance dignes des activités d'un Data Scientist.

Au-delà de cette transmission de capacités analytiques, la plateforme de Dataiku se distingue notamment par la mise à disposition d'un environnement de développement simplifiant la création et le déploiement au sein des entreprises de modèles de Machine Learning, et ce de manière automatique (AutoML).

Enfin, Dataiku automatise le déploiement de modèles de Machine Learning auprès de ses clients à travers sa plateforme, afin de simplifier leur transformation opérationnelle et leur intégration au sein des processus métiers, notamment à travers des API ainsi qu'une coopération entre les Data Scientists et les métiers.



Croissance

Faits notables

- Dataiku revendique avoir plus de 300 clients et 30 000 utilisateurs dans le monde, parmi lesquels on peut retrouver General Electric, BNP Paribas, Unilever et FOX ou encore l'OTAN
- Par la nouvelle participation de Capital IG en 2019, la société est rentrée dans le cercle des licornes

Internationalisation

- La société dispose de bureaux à New York, Paris, Londres, Francfort, Amsterdam, Dubaï, Sydney et Singapour

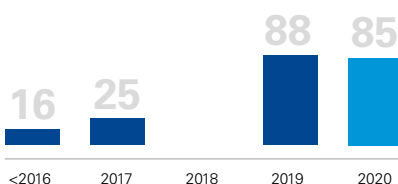


Levées de fonds (214 M€ au total) et objectifs de développement

Développement commercial : Dataiku compte plus que jamais accélérer la démocratisation de l'IA à grande échelle au sein des entreprises, ce qui se traduit par la continuité de la conquête de nouveaux clients et utilisateurs.

Développement produit : Dataiku a constamment développé de nouvelles fonctionnalités depuis sa création.

Expansion internationale : Dataiku a considérablement accéléré son internationalisation au cours des dernières années, avec une ouverture soutenue de nouveaux bureaux à l'étranger.





Lauréat 2019

FINALCAD



Applications et technologies d'entreprise



www.finalcad.com



2011



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Franck LE TENDRE
CEO

Jimmy LOUCHART
Co-fondateur

Joffroy LOUCHART
Co-fondateur & Développement commercial

David VAUTHRIN
Co-fondateur & VP Succès client

Effectifs



Principaux investisseurs

- Aster Capital
- Cathay Innovation
- CapHorn Invest
- Draper Esprit
- Salesforce Ventures
- Serena Capital

Caractéristiques de la société

Enjeux

- Finalcad répond aux défis numériques du secteur de la construction, et plus globalement à toutes les activités ayant une problématique de travaux, maintenance, dont l'un des principaux enjeux est l'augmentation de la productivité, caractérisée par une évolution très limitée durant les 20 dernières années dans un marché mondial en pleine expansion.

Positionnement

- La société se distingue par l'intégration d'algorithmes prédictifs disponibles grâce à une infrastructure hébergée en cloud.



Description de la société

Le secteur de la construction est aujourd'hui encore caractérisé par la prépondérance du papier, d'outils de suivis traditionnels et de chaînes logistiques tendues.

Afin de le faire entrer dans la transformation digitale, Finalcad a conçu un ensemble d'applications mobiles dédiées à la gestion des chantiers.

Les solutions proposées par la société permettent ainsi de digitaliser l'ensemble des informations recueillies et réutilisées dans le cadre de la gestion des projets telles que les plans de construction, les informations sur les sous-traitants, ou encore l'avancement des chantiers.

Les algorithmes développés par Finalcad permettent également d'analyser les performances des projets, d'identifier les défauts pour éviter leur récurrence et de générer des alertes prescriptives et prédictives pour favoriser la proactivité et la collaboration des équipes.



Croissance

Faits notables

- Finalcad a débuté 2020 avec près de 75% de son nouveau revenu récurrent réalisé
- La société a accompagné plus de 24 000 projets dans le monde et compte parmi ses clients Eiffage, Shimizu, la RATP, Avintias, Jarnias, Fayat...
- 200 000 utilisateurs ont été formés à l'usage des applications mobiles de Finalcad
- La société indique enregistrer un taux de rétention supérieur à 85% sur l'usage terrain de ses solutions
- Finalcad indique gérer plus de 30 millions de données générées et acquises par ses applications
- **Covid-19** : considérant que le digital est plus que jamais majeur pour le secteur de la construction suite à la crise sanitaire, la société a fourni gratuitement l'accès à ses solutions durant le confinement afin d'assurer un support à la continuité de l'activité des acteurs présents sur ce marché

Internationalisation

- Finalcad fournit ses services et applications dans 35 pays, ses applications étant disponibles en 30 langues
- La société est implantée en Espagne depuis 2019 et en Asie, où elle a ouvert des bureaux à Singapour et au Japon



Levées de fonds (56 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : les fonds levés doivent permettre à FINALCAD de renforcer sa technologie autour de l'Intelligence Artificielle pour la reconnaissance des objets du bâtiment ou encore des outils de navigation en réalité augmentée.

Expansion internationale : la société compte renforcer la pénétration des marchés asiatiques et européens tout en intégrant des marchés connexes (infrastructures, énergie, concessions) en recrutant 100 nouveaux profils et en développant un nouveau modèle de commercialisation de ses solutions (abonnement).

20

36

<2016 2017 2018 2019 2020



Applications et technologies d'entreprise



fr.ivalua.com



2000



Orsay (91), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

David KHUAT-DUY
Fondateur & Président

Dan AMZALLAG
CEO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Ardian
- KKR & Co
- Tiger Global Management

Caractéristiques de la société

Innovation

- Ivalua a réalisé des investissements majeurs visant à doper ses capacités d'innovations. Ses ressources R&D ont augmenté de 94% en 2018
- La société a développé l'optimisation de l'expérience utilisateur avec la mise en place d'une expérience d'achat guidée et intuitive

Positionnement

- La solution développée par Ivalua s'adresse à tous les secteurs, l'écosystème de la société ne cessant de s'agrandir



Description de la société

Le marché de gestion des achats est estimé à plus de 20 milliards de dollars, il connaît une croissance rapide et se distingue comme l'un des secteurs les plus dynamiques du marché des logiciels SaaS.

Ivalua souhaite être en être une solution incontournable au support de l'amélioration de la performance financière de ses clients et de l'amélioration de leurs relations fournisseurs. La société propose ainsi une suite complète d'outils couvrant le processus d'achat, depuis le sourcing à la facturation, en passant par la gestion des fournisseurs, des appels d'offres, des contrats électroniques, et le contrôle de gestion achats.

En offrant une plateforme ouverte aux fournisseurs, Ivalua a développé un outil mettant en avant la collaboration avec les acheteurs afin de dépasser la simple rationalisation des coûts pour aboutir à une création de valeur globale.



Croissance

Faits notables

- En 2018, la société a enregistré un chiffre d'affaires de 65 M€ et vise près de 500 M\$ d'ici 2023
- La suite Ivalua permet de gérer plus de 500 milliards d'euros de dépenses directes et indirectes pour plus de 300 clients, dont ADP, Eiffage, Le Crédit Agricole, Michelin, Orange, Suez, Veolia, Vinci ou encore la ville de New York
- Sa plateforme intègre plus d'un million de fournisseurs dans le monde
- Le taux de fidélisation de la société est supérieur à 98%
- La société est classée leader du Magic Quadrant dans la catégorie des suites d'applications de sourcing stratégique par Gartner en 2018, du Magic Quadrant dans la catégorie procure-to-pay en 2019 ainsi que leader du rapport Forrester Wave : plateformes d'achats électroniques au dernier trimestre 2019
- La société a remporté le prix 2019 de l'Entrepreneur Français de l'étranger
- **Covid-19** : la société a maintenu ses activités durant les périodes de confinement tout en déployant de nouvelles fonctionnalités comprenant notamment une visibilité renforcée sur l'intégralité de la supply-chain de ses clients

Internationalisation :

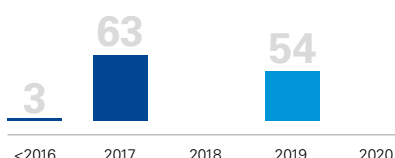
- La société dispose d'une forte implantation internationale puisqu'elle possède des bureaux en France (3), au Royaume-Uni, en Allemagne, en Italie, aux États-Unis (3), au Canada, en Inde, en Australie et à Singapour
- En 2018, plus de 60% des revenus d'Ivalua étaient réalisés sur le continent américain



Levées de fonds (120 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : la société envisage des opérations de croissance externe afin de compléter son offre par des briques technologiques nouvelles.

Expansion internationale : Ivalua souhaite renforcer son empreinte internationale au Moyen-Orient (Dubai) et en Asie (Chine, Japon).





Applications et technologies d'entreprise



www.mirakl.com



2011



Paris, (75) France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Philippe CORROT
Co-fondateur & CEO

Adrien NUSSENBAUM
Co-fondateur & CEO Mirakl Inc

Effectifs



Principaux investisseurs

- Permira
- 83 North
- Bain Capital
- Elaia Partners
- Felix Capital

Caractéristiques de la société

Marché

- Après avoir bouleversé le segment B2C, la Marketplace constitue un enjeu majeur du développement du marché B2B et représente 60% de l'e-commerce mondial
- Le cas d'usage B2B représente un marché de plus de 1000 milliards de dollars dans le monde

Positionnement

- La société couvre l'ensemble des usages possibles des Marketplaces, ce qui favorise les possibilités de cross-selling : produits, services, B2C et B2B
- La société se différencie par la capacité offerte à ses clients de conserver le contrôle sur la qualité des produits/services vendus par des tiers sur leurs Marketplaces



Description de la société

Mirakl est reconnu comme un leader mondial des places de marché (Marketplace) clé en main pour les e-commerçants. La société propose aussi de nouvelles applications du modèle de Marketplace, notamment tournées vers le B2B.

La société propose à ses clients de dynamiser leur vente de produits et services grâce à une Marketplace (B2B et B2C), intégrée à leurs systèmes existants (e-commerce, outils de gestion financière et de supply-chain). La technologie Mirakl permet d'intégrer rapidement les vendeurs, et d'assurer un contrôle qualité des prestations de ces derniers, en fonction de politiques qualité paramétrables par ses clients.

Pour s'adapter aux différents besoins de ses clients, en termes de méthode de distribution des produits et services B2B et B2C, Mirakl a construit sa technologie autour de la flexibilité offerte par un fonctionnement en modules et une grande diversité de paramètres disponibles.



Croissance

Faits notables

- Le volume d'affaires des marketplaces sous gestion a augmenté de plus de 111% au premier semestre 2020, pour atteindre 1,2 milliards de dollars (contre 1,5 milliards de dollars pour l'année 2019, +77% vs 2018)
- Depuis le début de l'année, Mirakl a remporté 25 clients internationaux et lancé 18 nouvelles marketplaces
- La société compte plus de 300 clients, parmi lesquels 11 des 40 plus grands acteurs mondiaux de la distribution tels que FNAC-Darty, le groupe Carrefour, Conforama, Best Buy Canada, Kroger, ainsi que de grands acteurs industriels mondiaux (ABB, Siemens Mobility, Toyota Material Handling...)
- Mirakl fait partie des deux sociétés françaises distinguées comme lauréates du classement des 100 pionniers technologiques 2020 du Forum Economique Mondial
- Mirakl a été retenue dans la catégorie « Cool Vendor » par Gartner dès 2015
- **Covid-19** : Mirakl a conçu en 48 heures seulement la plateforme stopcovid19.fr sur commande du Ministère de l'Economie et des Finances afin de simplifier la distribution de produits de première nécessité aux professionnels de santé et aux institutions publiques. En deux mois, elle a délivré plus de 66 millions de masques, gels hydro-alcooliques et autres équipements de protection à plus de 4 000 établissements de santé et près de 22 000 entreprises

Internationalisation

- La société a ouvert des filiales aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne et est présente en Espagne, en Suède et au Brésil



Levées de fonds (337 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Mirakl compte recruter 300 ingénieurs en France afin de poursuivre son développement technologique, comprenant : la création d'un hub central (Mirakl Connect) pour l'ensemble de l'écosystème des marketplaces qui comporte déjà 40 000 vendeurs sur l'ensemble des marketplaces Mirakl, renforcer les capacités d'automatisation liées à l'intelligence artificielle ainsi que la connectivité vers des solutions externes (APIs)

Développement commercial : la société poursuit sa conquête des cas d'usages B2B notamment dans la digitalisation des achats

Expansion internationale : Mirakl vise le renforcement de sa présence en Europe, en Asie, aux États-Unis et en Amérique latine.

20

<2016

2017

2018

62

2019

255

2020



Applications et technologies d'entreprise



www.ovh.com



1999



Roubaix (59), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Octave KLABA
Fondateur & Président

Michel PAULIN
CEO

Effectifs



Principaux investisseurs

- KKR
- TowerBrook

Caractéristiques de la société

Enjeux et intégration de la production

- Pour croître, OVHcloud développe son parc d'infrastructure IT (30 datacenters et plus d'1 million de serveurs) et a engagé depuis 2016 un plan d'investissement de 1,5 Mds € sur 5 ans
- La société intègre également le développement et la fabrication de ses serveurs, lui permettant notamment le remplacement des climatisations traditionnelles des datacenters par un système propriétaire de refroidissement à eau, jugé plus écologique en réduisant de 30% la consommation énergétique

Positionnement

- OVHcloud est le leader européen du cloud avec une présence mondiale et représente une alternative aux géants américains et chinois
- La société couvre un vaste spectre d'activités liées aux nouveaux usages permis par le cloud, de l'hébergement web à l'OVH Labs, une plateforme soutenant l'hébergement et la construction de projets sur base de technologie innovante telle que Big Data, Machine Learning, ...



Description de la société

Créée en 1999 à Roubaix par Octave Klaba, OVHcloud est devenu en moins de 20 ans un acteur incontournable de son secteur d'activités et fait partie aujourd'hui du club envié des licornes françaises. Pour financer sa croissance, son internationalisation et son besoin significatif en CAPEX, le groupe a procédé à plusieurs levées de fonds / émissions de dettes au cours des dernières années.

En tant que leader européen du cloud, OVHcloud propose à ses clients un ensemble de solutions de cloud public et privé, de serveurs dédiés, des services d'hébergement mutualisé ainsi qu'un certain nombre de services associés (enregistrement de noms de domaines, fourniture d'accès Internet, services de téléphonie, etc...).

La société s'appuie notamment sur une innovation technique sur ses serveurs, moins énergivores et plus efficaces, permettant de convertir n'importe quel ancien bâtiment industriel en datacenters et réduire à la fois la facture énergétique, de construction et de gestion de ces infrastructures.

OVHcloud a également développé une marketplace de services SaaS et PaaS compatibles avec ses technologies afin de créer un écosystème ouvert permettant d'offrir davantage de flexibilité et d'opportunités à ses clients.



Croissance

Faits notables

- OVH a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 500 M€ sur l'exercice clos au 31 août 2018 et compte atteindre le milliard d'euros d'ici 2020
- La société compte plus de 1,5 million de clients dans le monde
- La société a développé plus de 1 500 partenariats en France et dans le monde pour assurer une maîtrise complète de l'offre clients : matériel (Intel, AMD), logiciels (Microsoft, VMWare, Openstack), réseau (Cisco), fibre noire (SFR)
- OVH fait partie des membres fondateurs du projet européen Gaïa-X, permettant la création d'un méta-cloud européen au service de la souveraineté de l'UE sur ce domaine
- **Covid-19** : avec Open Solidarity, la société propose à la fois l'accès aux solutions SaaS et une infrastructure permettant « d'encaisser » la nouvelle charge due aux souscriptions pour les offres proposées gratuitement par ces sociétés durant la crise sanitaire

Internationalisation

- La société est présente dans plus de 19 pays, et possède 30 datacenters répartis sur 4 continents (Amérique du Nord, Europe, Asie, APAC)
- OVH a réalisé plus de 50% de son chiffre d'affaires à l'étranger en 2017/2018, et vise un ratio de 75% à l'horizon 2020



Levées de fonds (1 057 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Activity souhaite accélérer la distribution sur le marché de ThingPark Entreprise™, sa solution qui permet de déployer et d'interconnecter des réseaux IoT pour les entreprises, ainsi que les solutions des géolocalisation de sa filiale Abeeway™.

Force commerciale : la société envisage de développer un large écosystème de partenaires en France et dans le monde, l'Amérique du Nord et la Chine constituant des marchés clés.

657 400



<2016

2017

2018

2019

2020



Lauréat 2019

yseop



Applications et technologies d'entreprise



www.yseop.com



2007



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Emmanuel WALCKENAER
CEO

Alain KAESER
Fondateur & CSO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Nextstage

Caractéristiques de la société

Enjeux

- Les solutions d'Yseop visent principalement les acteurs de l'industrie financière et plus récemment l'industrie pharmaceutique, caractérisées par un fort potentiel d'automatisation des analyses et une forte exigence de qualité

Positionnement

- La société ne présente pas sa solution comme un outil remplaçant l'homme, mais plutôt comme un point de connexion entre la disponibilité de quantités massives d'information, d'une grande vélocité, et l'humain afin de prendre des décisions plus créatrices de valeur



Description de la société

Les opportunités offertes par l'explosion de la production de données en temps réelles sont difficilement assimilables par les sociétés et requièrent la diversion d'activité de collaborateurs qualifiés pour leur analyse plutôt que pour la création de valeur associée.

Dans ce contexte, Yseop a développé une solution fondée sur l'Intelligence Artificielle et sur la génération naturelle de langage afin d'analyser ces données et de produire automatiquement une synthèse ou une réponse textuelle appropriée.

La société a décliné celle-ci en deux offres : un assistant intelligent pour l'analyse des données et la génération automatique de rapports intelligibles, ainsi qu'un conseiller personnel intelligent dédié à l'automatisation des conversations standards au sein des canaux de conversation fournis par les outils de CRM (Customer Relationship Management).



Croissance

Faits notables

- Yseop affirme servir plus de 50 000 utilisateurs dans le monde, à travers un portefeuille client composé principalement de sociétés du CAC 40 et de Fortune 500 (BNP Paribas, Sanofi, Société Générale, Moody's, etc.)
- Courant 2019, YSEOP a été reconnu « Representative Vendor » par Gartner dans son guide « Market Guide for Natural Language Generation Platforms »

Internationalisation

- La société s'est très vite positionnée à l'international avec des bureaux basés à New York et à Bogota



Levées de fonds (11 M€ au total) et objectifs de développement

Expansion internationale : la société a annoncé que les fonds levés permettraient d'accélérer son développement sur le marché américain.

Développement commercial : Yseop se lance à la conquête du marché pharmaceutique, en partenariat avec Sanofi, pour déployer l'utilisation de la NLG avec pour but l'automatisation des documents réglementaires nécessaires à la mise sur le marché des nouveaux médicaments.



FICHES
SOCIÉTÉS
BIOTECHS,
MEDTECHS
& ESANTÉ



DENTAL MONITORING



Biotechs, Medtechs & eSanté



www.dental-monitoring.com



2015



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Philippe SALAH
Co-fondateur & CEO

Emmanuel SALAH
Co-fondateur & COO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Naxicap Partners
- Straumann Holding
- Vitruvian Partners

Caractéristiques de la société

Problématiques de réseau et de protocoles

- En 2018, Dental Monitoring a cédé des droits mondiaux de distribution de sa solution au groupe Straumann, leader dans le domaine des solutions de remplacement dentaire
- La société ne se positionne pas actuellement comme une marketplace

Positionnement

- Dental Monitoring propose avant tout une plateforme support aux professionnels de la santé bucco-dentaire, facilement accessible pour leurs patients à travers le téléchargement d'une application
- L'intégration de l'Intelligence Artificielle et la standardisation grâce à des protocoles cliniques permettent de renforcer et sécuriser le suivi des patients



Description de la société

La santé bucco-dentaire est caractérisée par des vérifications de soins essentiellement visuelles, variables selon les praticiens, potentiellement irrégulières dans le temps et chronophages. Face à cela, Dental Monitoring propose de révolutionner les pratiques ainsi que le parcours de soins des patients grâce à un ensemble de solutions, mêlant télémédecine et Intelligence Artificielle.

La société a ainsi automatisé le traitement des photographies intraorales prises par les patients et le diagnostic de plus de 180 situations cliniques associées. Les praticiens peuvent ainsi visualiser de manière standard l'état de leurs patients et bénéficier de rapports automatiques, personnalisables et de recommandations fondées sur des protocoles cliniques.

Outre le renforcement des outils de diagnostic à distance, la plateforme développée par Dental Monitoring permet d'améliorer le parcours de soins du patients à travers des simulations pour les guider dans le choix de solutions et un suivi plus régulier des avancées des traitements, à distance, grâce à une scanbox fournie aux patients pour faciliter la prise de photographies intraorales et les échanges plus directs avec le praticien.



Croissance

Faits notables

- Plus de 25 millions de photographies ont été analysées par les algorithmes de Dental Monitoring
- Plus de 80 brevets déposés pour sa technologie
- **Covid-19** : Smile Doctors, un regroupement majeur de cliniques dentaires et orthodontiques aux États-Unis a accéléré le déploiement des solutions de Dental Monitoring au sein de son réseau (220 sites dans 17 états) pour maintenir l'accessibilité des soins aux patients

Internationalisation

- DM dispose d'une équipe internationale couvrant plus de 20 pays et répartie en 5 bureaux en Europe, aux États-Unis, en Australie, à Hong Kong et à Singapour



Levées de fonds (50 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Dental Monitoring souhaite utiliser les fonds pour le développement de sa plateforme d'Intelligence Artificielle à destination des dentistes généralistes dans le monde.

Expansion internationale : La société souhaite également accélérer son développement aux États-Unis et en Asie.

5

45

<2016 2017 2018 2019 2020



Lauréat 2019



Biotechs, Medtechs & eSanté



www.diabeloop.fr



2015



Grenoble (38), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Erik HUNEKER
Co-CEO

Marc JULIEN
Co-CEO

Dr. Guillaume CHARPENTIER
Chief Medical Officer

Effectifs



Principaux investisseurs

- Investisseurs institutionnels (via leurs fonds d'investissement) : Crédit Agricole, Amundi
- Venture Capital: Cemag Invest, Kreaxi, Odysse Ventures, Sofimac, SuperNova
- Corporates: Agir à Dom, Aliad
- Institutions publiques : CERITD

Caractéristiques de la société

Distribution

- Diabeloop a obtenu le marquage CE de son premier dispositif en 2018, élément nécessaire à sa commercialisation en Europe
- En février 2020, la CNEDIMTS délivre une ASA III au dispositif, une première française pour une IA. C'est la dernière étape avant la prise en charge par la sécurité sociale

Positionnement

- Diabeloop propose des solutions innovantes qui intègrent de l'Intelligence Artificielle thérapeutique pour automatiser la gestion du diabète



Description de la société

Le diabète de type 1 est une maladie auto-immune qui touche environ 250 000 personnes en France, plus de 1,75 millions aux États-Unis et 2 millions en Europe. Les fonctions productrices d'insuline du pancréas sont détruites. La personne devient insulino-dépendante et doit prendre jusqu'à 30 décisions thérapeutiques par jour et par nuit. Les risques à court terme sont liés à l'hypoglycémie qui peut mener jusqu'au coma et à la mort. À long terme, les hyperglycémies mènent à des complications graves : cécité, amputations, maladies cardio-vasculaires...

Diabeloop a pour mission de rendre ses innovations accessibles aux personnes vivant avec un diabète de type 1 en automatisant la gestion de leur traitement et en soulageant leur charge mentale. La société a ainsi développé un dispositif intelligent connectant un patch capteur de glucose en continu à une pompe à insuline, afin de réguler automatiquement la délivrance d'insuline. Le cœur de ce dispositif réside dans l'Intelligence Artificielle (auto-apprenante) développée par Diabeloop. La gestion du diabète est ainsi automatisée, personnalisée et la charge mentale des patients et de leur famille allégée.



Croissance

Faits notables

- Le marché de Diabeloop est par nature international, le diabète ayant été classé au niveau de pandémie par la Fédération internationale du diabète
- La société a annoncé la plus grosse levée de fonds européenne de 31M€ de financement pour des solutions intégrant de l'IA thérapeutique
- Diabeloop a été retenue pour le programme européen pour la recherche et l'innovation – Horizon 2020 Instrument PME Phase 2 et a été intégré au programme FT120 du gouvernement français
- Diabeloop s'est vue décerner le prix Innov EIT 2019 qui récompense son projet de dispositif de gestion automatisée du traitement de diabète type 1 pour les enfants



Levées de fonds (45 M€ au total) et objectifs de développement

Expansion internationale : les fonds levés doivent permettre l'accélération de l'expansion internationale de Diabeloop, notamment en matière de R&D et commercialisation en Europe et aux États-Unis.

Développement commercial : Diabeloop souhaite accélérer sa stratégie de déploiement commercial sur les principaux marchés internationaux en Europe et aux États-Unis, notamment à travers une demande d'autorisation de mise sur le marché auprès de la Food and Drug Administration suivie par le lancement d'un plan commercial pour entrer sur le marché américain.





Lauréat 2019

Doctolib



Biotechs, Medtechs & eSanté



www.doctolib.fr



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Stanislas NIOX CHATEAU
Co-fondateur & CEO

Ivan SCHNEIDER
Co-fondateur & CTO

Jessy BERNAL
Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- Venture Capital / PE : Accel Partners, BPI France, Eurazéo, Kerela Ventures
- Investisseurs privés : N. Brusson, B. Jelensperger, P. Kosciusko Morizet, P. Krings

Caractéristiques de la société

Problématiques de réseau

- A chaque pénétration du marché d'un nouveau pays, le réseau de Doctolib doit acquérir une masse suffisante d'offre et de demande pour créer une valeur d'usage pour les utilisateurs

Positionnement

- La société apparaît avant tout comme un organisateur de marché biface, en mettant en relation demande et offre de soins
- La société est également prestataire de services pour les professionnels de la santé et se rémunère exclusivement via les abonnements des praticiens



Description de la société

Doctolib a développé une plateforme de e-santé mettant en relation les demandeurs de soins avec les professionnels de la santé, selon des critères géographiques, de remboursement des soins et de disponibilité des agendas des praticiens. Le service en ligne de prise et de gestion des rendez-vous associé est facturé forfaitairement aux professionnels de santé abonnés.

En parallèle, la société fournit un service de télémedecine conforme au système de santé national français, permettant aux patients de bénéficier d'une consultation à distance via leur smartphone (les ordonnances sont transmises par mail, les paiements sont effectués à travers la plateforme et les soins éligibles aux remboursements de la sécurité sociale).

La société a pour ambition de transposer son modèle originellement conçu pour le marché français à d'autres pays.



Croissance

Faits notables

- La société rassemble sur sa plateforme 115 000 professionnels de la santé, 1 400 établissements de santé partenaires et plus de 12 millions d'utilisateurs mensuels
- La plateforme enregistre plus de 50 millions de visites par mois (France et Allemagne)
- **Covid-19** : l'activité de téléconsultation a été multipliée par 100 sur le mois de mars 2020 pour atteindre 100 000 téléconsultations par jour

Internationalisation

- La société gagne en envergure européenne. Elle a réussi à transposer son modèle en Allemagne, où sa solution connaît une croissance rapide

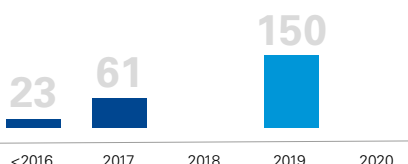


Levées de fonds (234 M€ au total) et objectifs de développement

Expansion internationale : Doctolib compte recruter 200 salariés supplémentaires en Allemagne et y implanter un centre d'ingénierie.

Développement produit : la société compte développer de nouveaux services pour « faciliter la vie quotidienne des professionnels de la santé et digitaliser les différentes étapes du parcours santé des patients et aider l'ensemble des utilisateurs à s'adapter aux changements des pratiques ».

Développement commercial : la société a acquis son principal concurrent en 2018, MonDocteur, qui totaliserait 8 millions de visites mensuelles pour 25 000 praticiens utilisateurs.





Biotechs, Medtechs & eSanté



www.dynacure.com



2016



Strasbourg (67), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Stéphane VAN ROOIJEN
CEO

Belinda COWLING
Co-fondatrice+CSO

Chris FREITAG
Chief Medical Officer

Frédéric LEGROS
COO

Leen THIELEMANS
CDO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Andera Partners
- Bpifrance
- Kurma Partners
- Perspective Advisors
- Pontifax Funds
- Tekla Capital Management

Caractéristiques de la société

Pipeline de développement

- En Avril 2019, le lancement de l'essai clinique de phase 1/2 pour le programme Dyn101, a été autorisé en Europe, sur une cohorte de 18 patients
- Dynacure construit également un portefeuille de recherche complémentaire ciblant d'autres maladies orphelines

Positionnement

- Le programme phare de la société, Dyn101 est développé en étroite collaboration avec Ionis Pharmaceuticals, développeur de pointe d'oligonucléotide, afin de diminuer au plus tôt les effets secondaires négatifs dus à cette méthode



Description de la société

Les myopathies centronucléaires (MCN) sont des maladies musculaires rares, souvent fatales et orphelines (sans traitement curatif) affectant entre 4000 et 5000 individus en Europe, aux États-Unis, Japon et Australie. Ces pathologies peuvent engendrer des faiblesses musculaires affectant la mobilité, les muscles respiratoires et les muscles liés à la déglutition, obligeant les patients à être assistés en permanence pour se déplacer, pour respirer ou pour se nourrir.

Après avoir identifié la surabondance de la protéine dynamine-2 chez les patients et grâce à des tests positifs sur des souris par un laboratoire partenaire, Dynacure développe un traitement contre ces myopathies sur la base d'un oligonucléotide antisens (OAS), un médicament spécifique qui se lie à l'ARN responsable de la production de dynamine-2.

À travers son programme Dyn101, la société cible deux formes cliniques de MCN : la MCN liée à l'X (la plus commune) et la forme autosomale dominante.



Croissance

Faits notables

- Fondée par Kurma Partners, SATT Conectus et Ionis Pharmaceuticals, Dynacure est un spin-off de l'IGBMC de Strasbourg (Institut de Génétique et de Biologie Moléculaire et Cellulaire)
- La collaboration avec Ionis Pharmaceuticals initiée en 2014 a permis à l'équipe d'accéder à sa plateforme « Antisense » et sa technologie de suppression de certaines protéines
- Belinda Cowling (CSO) a reçu en 2019 le prix Irène-Joliot-Curie
- **Covid-19** : Dynacure a pu sécuriser une levée de fonds importante en dépit des événements, tout en attirant de nouveaux investisseurs, confiants dans son modèle de développement (partenariat avec Ionis), déjà éprouvé sur le sol américain

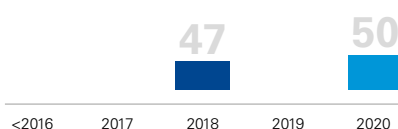
Internationalisation

- Dynacure n'est pour l'instant présente qu'en France mais bénéficie d'un partenariat avec le leader mondial Ionis Pharmaceuticals
- Dans le monde, entre 4000 et 5000 enfants et jeunes adultes sont atteints de Myopathie Centronucléaire



Levées de fonds (97 M€ au total) et objectifs de développement

R&D : la dernière levée a pour objectif de soutenir le volet pédiatrique des tests cliniques de phase 1/2. Dynacure a en effet affirmé sa volonté de débiter dès que la sécurité et la tolérance du produit auront été établies sur les adultes et qu'une dose potentiellement efficace aura été déterminée.





Biotechs, Medtechs & eSanté



www.hifibio.com



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Liang SCHWEIZER
Co-fondateur & CEO

Jeff HE
Co-fondateur & COO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Delian Capital
- Hanne Capital
- IDG Capital Partners
- Kite Pharma
- Legend Star
- Lyfe Capital
- Nest.Bio Ventures
- Sequoia Capital China
- VI Ventures
- VirtusInspire

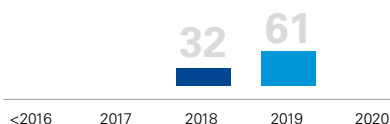
Caractéristiques de la société

Pipeline de développement

- HiFiBio a actuellement près de 10 candidats dans son pipeline dédiés dont certains proches de la phase des tests cliniques

Positionnement

- La société a développé une approche d'Open-Innovation afin de renforcer les partenariats mutuellement bénéfiques
- HiFiBio est à caractère très international et souhaite répandre ses solutions auprès de laboratoires et d'établissements de santé partout dans le monde, de la découverte d'anticorps à l'optimisation des essais cliniques



Description de la société

Le répertoire naturel de cellules productrices d'anticorps représente un vivier unique de solutions thérapeutiques dans la lutte contre des cancers et maladies auto-immunes. Pourtant, faute d'outils d'analyse rapides (plusieurs millions de cellules), précis ou facilement exploitables, le développement de nouvelles thérapies est ralenti (de la découverte à l'analyse des propriétés des cellules, jusqu'aux analyses effectuées en études cliniques).

Face à ces difficultés techniques, HiFiBio veut révolutionner la découverte de nouveaux anticorps thérapeutiques grâce à CelliGo™, sa plateforme d'analyse de la production d'anticorps, à l'échelle cellulaire. La technologie développée par la société permet de cribler rapidement des dizaines de millions de cellules B (produisant des anticorps), cellule par cellule, et d'automatiser leur profilage fonctionnel, ainsi que leur étiquetage et séquençage ADN.

La base de données massive ainsi construite permet ensuite à la société de monopoliser des algorithmes d'Intelligence Artificielle et de Machine Learning (Intelligence Science Drug) afin d'identifier les anticorps les plus pertinents dans le développement de nouvelles thérapies contre des cancers ou des maladies auto-immunes. En identifiant également de nouveaux biomarqueurs et en permettant l'optimisation des cohortes de patients tests selon les thérapies en développement, HiFiBio a également pour ambition d'accélérer et d'augmenter la probabilité de succès des essais cliniques.



Croissance

Faits notables

- En 2018, HiFiBio a acquis H-Immune Therapeutics, un spin-out du CEA ayant développé une plateforme de production d'anticorps humains, afin de renforcer ses recherches pour combattre les maladies cancéreuses
- En mars 2020, la société a publié un article au sein du journal « Nature Biotechnology », démontrant sa capacité à sélectionner des cibles particulièrement problématiques telles que des protéines multi-transmembranes
- HiFiBio a noué des partenariats avec Pfizer, Kite (Gilead) ou encore Takeda lié à l'usage de sa plateforme pour la découverte d'anticorps contre les cibles proposées par ces sociétés pour lutter contre des cancers, inflammations gastro-intestinales ou des tumeurs solides. Ces accords comprennent entre autres la charge du développement clinique auprès de ces acteurs de grande envergure, la distribution de financements en amont des travaux de R&D, une rémunération fondée sur la performance et un partage des équipes scientifiques
- **Covid-19** : la société a collaboré avec l'Institut Pasteur pour la mise au point d'un test terrain rapide et fiable su SARS-Cov2, responsable du Covid-19

Internationalisation

- La société organise son activité autour de trois pôles de recherche situés à Cambridge, à Paris et à Shanghai



Levées de fonds (93 M€ au total) et objectifs de développement

R&D : les fonds levés doivent permettre à la société d'enrichir sa plateforme et d'accélérer le développement de son pipeline composé d'anticorps dédiés à la lutte contre des cancers et maladies auto-immunes.



Biotechs, Medtechs & eSanté



www.inotrem.com



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Jean-Jacques GARAUD
Co-fondateur & CEO

Marc DERIVE
Co-fondateur & CSO

Martin KOCH
COO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Andera Partners
- BioMedPartners
- Fountain Healthcare Partners
- Inserm Transfert Initiative
- Morningside Ventures
- Sofinnova Partners
- The Invus Group

Caractéristiques de la société

Pipeline de développement

- Inotrem a lancé son étude ASTONISH de phase IIb pour évaluer le Nangibotide dans le traitement des chocs septiques, sur 450 patients dans 48 centres investigateurs en Europe et aux États-Unis
- Nangibotide est également en cours d'étude clinique de phase IIa pour le traitement de patients atteints de la COVID-19 et qui sont en réanimation sous ventilation mécanique
- La société mène des études d'application de la voie TREM-1 dans le traitement de certaines maladies inflammatoires chroniques (NASH, Maladie de Crohn...)

Positionnement

- Nangibotide a le potentiel pour devenir le premier traitement spécifique dédié au choc septique (First-in-Class) sur la base d'une approche de médecine personnalisée



Description de la société

Le choc septique est la première cause de mortalité en réanimation (taux de mortalité de 35% des cas dans les pays développés). Caractérisé par une réponse immunitaire excessive à une infection, seuls ses symptômes sont traités au moyen d'antibiotiques et de soins supports aux fonctions vitales défaillantes (traitements vasopresseurs, ventilation artificielle, hémodialyse...) qui peuvent s'avérer lourds et coûteux. Cependant, la cause de l'emballement immunitaire n'est à ce jour pas adressée.

L'approche d'Inotrem dans le choc septique est basée sur une double innovation:

- Nangibotide, le peptide développé par Inotrem est le premier candidat médicament à cibler TREM-1, une protéine responsable de la modulation de l'inflammation, a priori source d'une réponse immunitaire exubérante dans le choc septique. Le contrôle thérapeutique par Nangibotide de cette protéine permettrait de moduler l'intensité de la réponse immunitaire tout en ne supprimant pas cette dernière;
- Inotrem a identifié un marqueur biologique de l'activation de la voie biologique TREM-1: la forme soluble du récepteur (sTREM-1). La société développe donc avec ce biomarqueur une approche de médecine personnalisée en faisant l'hypothèse que les patients ayant un fort niveau d'activation de la voie TREM-1 (et donc des taux élevés de sTREM-1 lors du diagnostic) seraient plus susceptibles de répondre à un traitement par Nangibotide.

En parallèle, la société capitalise sur sa plateforme propriétaire autour de l'usage du TREM-1 pour développer des anticorps monoclonaux afin de mettre au point des médicaments adaptés aux patients souffrant de maladies inflammatoires aiguës chroniques.



Croissance

Faits notables

- L'agence européenne des médicaments (EMA) a octroyé en 2017 au Nangibotide l'accès au schéma « PRIME » (PRiority Medicines) afin d'accélérer son développement et le processus d'évaluation réglementaire par l'EMA
- Inotrem a obtenu de la FDA l'autorisation de mener une IND (« investigational new drug ») aux États-Unis dans le cadre de son étude ASTONISH de phase IIb ainsi que le statut « fast track » pour accélérer le développement clinique de son produit d'immunothérapie phare, le Nangibotide
- Inotrem co-développe avec le Roche Diagnostics un diagnostic compagnon pour identifier les malades les plus susceptibles de répondre à ce traitement
- **Covid-19** : la société a obtenu l'autorisation d'évaluer Nangibotide chez les patients atteints de la COVID-19 et qui sont en réanimation sous ventilation mécanique

Internationalisation

- La phase IIb de l'étude ASTONISH est multi-centres et s'effectuera au sein de 48 cliniques aux États-Unis et en Europe



Levées de fonds (76 M€ au total) et objectifs de développement

R&D : Les nouveaux fonds levés serviront notamment à financer le développement clinique de son principal candidat-médicament, Nangibotide, dans le cadre d'une étude de phase IIb et d'une future phase III en 2022. Ce financement servira également à accroître le portefeuille d'applications thérapeutiques notamment dans le domaine des maladies inflammatoires chroniques.

18

<2016 2017 2018

39

2019

19

2020



Biotechs, Medtechs & eSanté



www.inova-software.com



2010



Lyon (69), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Gilles TOULEMONDE
Co-fondateur & CEO

David CARTERET
Co-fondateur & CSO

Fritz EISENHART
Co-fondateur & Président

Effectifs



Principaux investisseurs

- NextStage AM

Caractéristiques de la société

Taille du réseau

- Avec une taille de réseau conséquente pour sa plateforme de connexion aux événements industriels, la société envisage l'usage d'Intelligence Artificielle afin de proposer automatiquement de nouvelles rencontres / connexions potentielles

Positionnement

- La société adresse sa solution directement aux laboratoires pharmaceutiques tout en permettant à leurs parties prenantes une connexion simple et gratuite à la plateforme

2

<2016

2016

2017

6

2018

1

2019



Description de la société

L'industrie pharmaceutique connaît depuis plusieurs années un bouleversement scientifique, organisationnel et sociétal, qui se traduit par un renforcement sans précédent de partenariats en R&D : en 2018, neuf des quinze best-sellers étaient issus de collaboration, et non de R&D interne. Pour autant, la complexité croissante de l'écosystème thérapeutique (nombre d'acteurs, coûts croissants, nécessaire internationalisation) entrave le potentiel de partenariats au service de l'innovation et des patients.

Pour libérer ce potentiel, Inova Software a développé une plateforme dédiée à l'identification d'opportunités, au suivi et à la gestion des partenariats et alliances entre sociétés pharmaceutiques et Biotechs, tout au long des projets de R&D, des études de faisabilité à leur commercialisation.

En permettant d'accélérer la rencontre entre Biotech et groupes pharmaceutiques, de centraliser l'ensemble des documents clés, des événements, des retours d'équipes, des dates majeures, des interlocuteurs de manière précise, Inova Software permet de faciliter la gestion de l'ensemble de ces projets, d'adopter une vision à la fois globale et fine des partenariats et opportunités pour accélérer et fluidifier le processus de développement de thérapies innovantes.

Sa plateforme SaaS permet aussi de renforcer la coopération interne entre les business developers, les experts en laboratoires et les équipes de M&A.

Afin de renforcer les opportunités de connexion entre les différents acteurs, Inova Software a également développé One on One Partnering, un outil de connexion aux 20 plus grands événements mondiaux dédiés à la biopharma.



Croissance

Faits notables

- La société revendique plus de 150 clients, parmi lesquels elle compte plus de 50 des 100 plus grands laboratoires tels que Bayer, Boehringer Ingelheim, Ipsen, Merck, Roche, Servier, Allergan, AstraZeneca, Lilly ...
- Lancement en septembre 2020 d'une nouvelle activité d'événements virtuels, en lien avec notre plateforme One on One, pour favoriser et accélérer la rencontre des acteurs des sciences de la vie sur des ères thérapeutiques définies
- **Covid-19** : Inova Software a mis sa solution One on One Partnering à disposition de l'événement « Covid-19 Virtual Partnering » (recherche de solutions innovantes face à la pandémie) afin de connecter les principaux leaders et décideurs de l'industrie pharmaceutique

Internationalisation

- La société opère depuis des bureaux situés à Lyon, New York et Tokyo, permettant de gérer des équipes réparties dans 25 pays
- Inova Software réalise 90% de son chiffre d'affaires à l'international



Levées de fonds (9 M€ au total) et objectifs de développement

Expansion internationale : la société lyonnaise souhaitait via cette opération accélérer sa forte croissance notamment sur le marché asiatique.



Biotechs, Medtechs & eSanté



www.quantumsurgical.com



2017



Montpellier (34), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Bertin Nahum

Co-fondateur & CEO

Lucien Blondel

Co-fondateur & CTO

Fernand BADANO

Co-fondateur & General Manager

Effectifs



Principaux investisseurs

- Ally Bridge Group

Caractéristiques de la société

Pipeline de développement

- Une première phase de tests précliniques a été effectuée avec succès auprès de cochons, au cours du deuxième semestre 2019
- Des premiers essais cliniques ont débuté sur l'homme à l'été 2020

Positionnement

- Quantum Surgical cible le traitement précoce des cancers primaires et secondaires du foie



Description de la société

Le cancer primaire du foie touche 850 000 nouveaux patients par an dans le monde, dont 8 000 en France. Identifié de plus en plus tôt, ce dernier reste synonyme d'une mortalité élevée et de traitements lourds et coûteux du fait du rôle essentiel de cet organe et de sa forte vascularisation dans l'organisme.

Afin de démocratiser le recours aux méthodes de traitements mini-invasifs (Ablation Percutanée notamment), Quantum Surgical propose d'améliorer la thérapie des tumeurs solides en perfectionnant le ciblage des traitements grâce à une solution combinant la robotique et un logiciel de traitement d'images. Les gains de sécurisation et de précision apportés par la plateforme robotique de Quantum Surgical, couplés au potentiel d'algorithmes de Deep Learning (IA) et de modules logiciels de planification avancés permettront des traitements plus innovants, plus sûrs, plus efficaces, moins invasifs, et moins irradiants.

L'ambition de la société est de démocratiser le recours aux techniques mini-invasives d'ablation percutanées dont seulement 10 % des patients éligibles bénéficient à ce jour.



Croissance

Faits notables

- L'objectif de Quantum Surgical est de démarrer la commercialisation en 2021, pour un chiffre d'affaires de 3,5 millions d'euros et six plateformes installées dans des centres d'excellence, puis de monter en puissance à 250 systèmes en 2025
- La société a développé un partenariat avec l'AP-HP pour accéder aux données clés pour développer et évaluer, avec les médecins radiologues, des algorithmes d'Intelligence Artificielle dédiés au traitement mini-invasif du cancer du foie
- Quantum Surgical a également signé une convention avec la faculté de médecine de Montpellier afin d'intégrer au mieux les besoins et attentes des chirurgiens dans le fonctionnement de son robot

Internationalisation

- Quantum Surgical effectue ses essais cliniques en France mais prévoit de commercialiser ses robots en Europe, aux États-Unis et en Chine

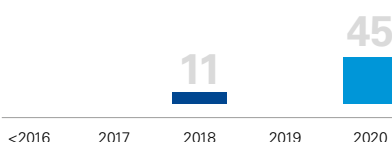


Levées de fonds (56 M€ au total - 11M€ Série A & 45M€ Série B) et objectifs de développement

R&D :

A-Round : ces fonds ont permis le développement de la plateforme robotisée d'assistance aux traitements chirurgicaux mini-invasifs des cancers du foie, et de réaliser les 1^{ers} essais cliniques.

B-Round (en-cours) : Ces fonds permettront l'obtention des autorisations réglementaires et le scale-up des activités de manufacturing et commerciales.





Lauréat 2019

TISSIUM



Biotechs, Medtechs & eSanté



www.tissium.com



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Christophe BANCEL
Co-fondateur & CEO

Maria PEREIRA
Co-fondatrice & Chief Innovation Officer

Jay WATKINS
Président non exécutif

Jeff KARP
Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- Bpifrance
- BNP Paribas Développement
- CAP Decisif Management
- CM-CIC Investissement
- Omnes Capital
- Sofinnova Partners
- Fonds Européens d'Investissement
- M&L Investments
- ValQuest Partners

Caractéristiques de la société

Agrément

- SETALUM™ Sealant a obtenu le marquage CE en 2017, permettant sa commercialisation en Europe

Positionnement

- La flexibilité de constitution et de modelage du polymère développé par Tissium permet à la société d'envisager une grande diversité des modes de distribution
- La société compte sur un mode de production industrialisé sous modèle de plateforme de son polymère de base afin de rationaliser l'adaptation de son produit à de nouveaux usages : nerfs périphériques, applications en Chirurgie digestive, O.R.L.



Description de la société

Tissium développe des polymères adhésifs de rupture, dédiés à la reconstitution de tissus humains et caractérisés par une très grande versatilité des cas d'application.

Alignées historiquement sur les besoins opérationnels des chirurgiens, leurs solutions répondent aux problématiques de traitement des plaies internes par leur caractère synthétique, hydrophobe, étanche, biodégradable tout en étant adaptée à la fragilité et au dynamisme des tissus sur lesquels elles sont appliquées. Appliqué sous forme liquide, le polymère développé par la société se solidifie au gré de la volonté du chirurgien par utilisation d'une lumière bleue.

Tissium a développé un premier adhésif dédié aux usages vasculaires (SETALUM™ Sealant) permettant de refermer hermétiquement les veines ou artères après application de points de suture, commercialisé dans un format prêt à emploi (seringue pré-remplie).

Aujourd'hui, la société élargit les possibilités d'usage de son produit en créant une véritable plateforme de polymères destinées à différentes aires thérapeutiques : véhicule de libération de substances actives ou encore comme matière première pour impression d'implants de haute résolution conservant une structure fine et résorbable pour réparation des nerfs périphériques.



Croissance

Faits notables

- Les solutions de la société lui ont valu d'être catégorisée comme solution d'avenir par l'État français, lui permettant d'obtenir des financements dans le cadre du Programme d'Investissement d'Avenir (PIA)
- En 2020, plusieurs événements significatifs sont à noter :
 - L'obtention du prix i-Nov et un financement du PIA de 2,2M€ pour lutter contre la rhinosinusite chronique
 - Un financement de la fondation Crohn's&Colitis pour lutter contre les maladies inflammatoires de l'intestin
 - Un marquage CE (certification "TÜV SÜD") pour le design, le développement et la production de son polymère destiné à la reconstruction vasculaire conformément aux directives de l'UE sur les dispositifs médicaux

Internationalisation

- La société se positionne nativement dans une optique globale, du fait de la nature internationale de l'équipe de chercheurs fondateurs (MIT, États-Unis)
- Le premier produit de Tissium (SETALUM™ Sealant) peut être commercialisé en Europe (marquage CE obtenu en 2017)
- La société déploie actuellement trois produits en parallèle



Levées de fonds (69,25 M€ au total) et objectifs de développement

R&D : la société compte développer deux nouveaux programmes cliniques destinés aux thérapies cardiovasculaires et sur les nerfs périphériques aux États-Unis, et est en cours d'obtention des approbations réglementaires par la FDA.

Développement produit : les fonds seront aussi utilisés pour soutenir l'expansion globale de la plateforme de polymères dans des domaines thérapeutiques variés.

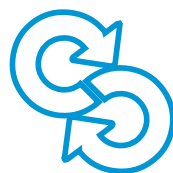
Expansion internationale : Tissium va concentrer ses efforts sur les États-Unis avec l'ouverture récente d'un bureau à Boston.

30,5

38,75

<2016 2017 2018 2019 2020

FICHES
SOCIÉTÉS
CONSUMER TECH





Lauréat 2019



Consumer Tech



www.blade-group.com



2015



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Asher CRIOU

Co-fondateur

Stéphane HÉLIOT

Co-fondateur

Yann DIRSON

Co-fondateur

Jérôme Arnaud

CEO

Effectifs



Principaux investisseurs

- 2CRSI
- Charter
- Logitech
- Serena Capital
- V13 Invest
- Western Digital
- Michaël Benabou
- Pierre Kosciusko-Morizet
- Nopporn Suppipat
- Autres investisseurs privés

Caractéristiques de la société

Performance du produit

- Les algorithmes de Shadow permettent de réceptionner une image pouvant atteindre une résolution 4K sans latence
- La technologie de Shadow permet une interaction instantanée avec le PC virtuel, comme s'il était physiquement présent

Positionnement

- Shadow est une solution de PC virtuel dédiée aux particuliers, marché non investi par les géants technologiques qui proposent des solutions de PC virtuel dédiées aux professionnels



Description de la société

La vitesse d'innovation technologique constitue un triple défi pour les usagers individuels d'ordinateurs : des frais de maintenance, un renouvellement fréquent contraint par l'obsolescence programmée et un impact environnemental lié au renouvellement récurrent des appareils.

Pour répondre à ces enjeux, Blade promet la livraison d'un ordinateur qui ne deviendra pas obsolète, ne connaîtra pas de dégradation matérielle et mettra un terme au renouvellement récurrent des appareils personnels. Cet ordinateur, appelé « Shadow », est virtuel, et est hébergé sur des serveurs distants (Cloud). Il est accessible depuis tout ordinateur, tablette ou smartphone.

L'environnement technologique développé par Blade (algorithmes, applications, hardware) permet à ses clients d'accéder à un PC virtuel de haute configuration, sans temps de latence entre l'envoi et la réception des informations, ce qui rend l'expérience d'usage équivalente à un ordinateur physique. La société garantit également à ses utilisateurs des maintenances et mises à jour régulières, leur permettant de bénéficier d'un ordinateur continuellement performant.



Croissance

Faits notables

- Blade a lancé Shadow fin 2017 et revendique aujourd'hui 70 000 abonnés, pour un chiffre d'affaires de plus de 20 M€ en 2019
- Shadow commercialise ses services sous forme d'abonnement mensuel, avec ou sans engagement de 12 mois
- La société dispose de 7 Datacenters répartis dans le monde et possédant les capacités de création et d'hébergement des PC virtuels
- Blade a obtenu une multitude de prix (sélection) :
 - En 2019 : le prix de l'Innovation (CES), le label de l'Observateur Design
 - En 2018 : le Pass French Tech, Top Start-up (Linkedin), prix de l'entrepreneur de l'année (La Tribune)

Internationalisation

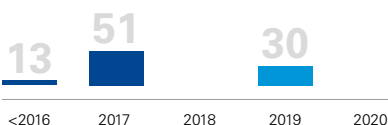
- La solution Shadow de Blade est disponible dans 7 pays, essentiellement en Europe et aux États-Unis
- Sur l'année 2020, le nombre d'utilisateurs de Shadow aux États-Unis a augmenté de 50% en 4 mois représentant ainsi un tiers du nombre d'utilisateurs de la solution dans le monde



Levées de fonds (94 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Avec cette nouvelle levée de fonds, Blade prévoit de développer de nouvelles innovations, à commencer par l'intégration de la réalité virtuelle à Shadow, ainsi que le lancement d'une nouvelle interface TV et mobile.

Développement commercial : Blade souhaite également acquérir de nouveaux abonnés avec un objectif de 1 million, ainsi que de nouveaux partenaires stratégiques à son capital.





Lauréat 2019



Consumer Tech



www.manomano.fr



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Christian RAISSON

Co-fondateur

Philippe DE CHANVILLE

Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- Bpifrance
- Eurazéo
- General Atlantic
- Partech Ventures
- Piton Capital
- Temasek

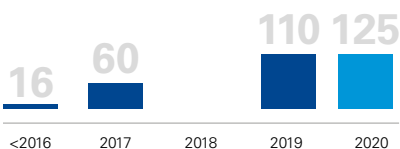
Caractéristiques de la société

Acquisition de clients

- Depuis sa création, ManoMano mène de front à la fois une stratégie d'acquisition de clients en s'appuyant sur de multiples canaux digitaux, de fidélisation des clients existants grâce à des fonctionnalités innovantes et son expérience utilisateur, ainsi que de construction d'une marque forte sur les grands médias européens

Positionnement

- ManoMano s'affirme comme le leader en Europe du bricolage, jardin et maison en ligne, avec plus de 50 millions de visiteurs uniques mensuels
- La société développe des partenariats de long terme avec ses marchands et les grandes marques du bricolage et du jardinage, grâce à des services innovants (logistique, visibilité, etc.) et des commercialisations exclusives de produits
- Elle a lancé en 2019 son offre B2B, dédiée aux artisans du bâtiment



Description de la société

ManoMano ambitionne de libérer le bricolage et le jardinage de leurs contraintes par des services et innovations web. La société a développé une place de marché en ligne fédérant marchands, marques et clients autour de la plus grande offre de produits de bricolage, jardin et maison en ligne en Europe.

Plaçant l'audace, l'ingéniosité et la bienveillance au cœur de sa stratégie business et de son projet humain, la société constitue un véritable partenaire pour les marchands et les marques comme meilleur support de leur stratégie digitale : service logistique conçu pour les produits de bricolage et de jardinage (lancé en 2019 en France et en 2020 en Espagne), services de visibilité auprès d'une audience très qualifiée, etc.

La technologie est également mise au service des clients, dans un secteur caractérisé par une grande complexité technique : ManoMano a développé une palette de contenus et de services pour aider les clients à réaliser leurs projets et trouver les bons produits : guides techniques en ligne, commentaires de la communauté de clients, accès gratuit à des experts en ligne (tchat ou téléphone), etc. En 2019, la société a lancé ManoManoPro, une plateforme destinée aux artisans du bâtiment proposant un catalogue, des prix et des services dédiés, élargissant ainsi son marché aux professionnels.



Croissance

Faits notables

- ManoMano a connu une hyper-croissance : son volume d'affaires est passé de 32 M€ en 2015 à 620 M€ en 2019
- La société a intégré le programme VIP de Google Scale-Up (top 10 start-up françaises) et a été élue meilleur site de e-commerce en 2015 par la FEVAD
- Sa place de marché rassemble plus de 3 500 marchands, 5,7 millions de clients actifs en Europe et contient plus de 5 millions de produits référencés
- Produit de l'innovation technologique, ManoMano compte plus de 250 ingénieurs, développeurs, product managers, data scientists de très haut niveau
- Le marché européen du « Home Improvement » est estimé à environ 400 milliards d'euros en Europe de l'Ouest (la moitié en B2C, la moitié en B2B)
- **Covid-19** : identifiée comme l'une des seules sociétés sur son marché en mesure de continuer à livrer les clients pendant le confinement, la société a accéléré sa croissance, son acquisition de clients, grâce à la mise en place de suivis rigoureux des capacités de livraison des transporteurs et des marchands, et à une montée en puissance fluide de ses systèmes d'information pour gérer la forte augmentation du trafic sur ses sites

Internationalisation

- ManoMano est présent dans 6 pays : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni



Levées de fonds (311 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : La société souhaite poursuivre le développement de sa plateforme, en recrutant notamment 200 ingénieurs de plus et assurer ainsi son avancée en innovant sur ses lignes de produits existantes et en développant de nouveaux services.

Expansion internationale : Elle ambitionne de continuer son expansion sur les pays européens déjà pénétrés et devenir ainsi le leader incontesté en Europe.

Vestiaire Collective



Consumer Tech



www.vestiairecollective.com



2009



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Fanny MOIZANT
Co-fondatrice & Présidente

Sophie HERSAN
Co-fondatrice & Fashion Director

Effectifs



Principaux investisseurs

- Investisseurs privés : Maximilian Bittner (CEO)
- Investisseurs institutionnels/PE: Eurazeo, Bpifrance, Vitruvian Partners
- Venture Capital : Balderton Capital, Cuir Invest, Idinvest, Korelya Capital, uxury Tech Fund, Vaultier7, Ventech
- Corporates : Condé Nast

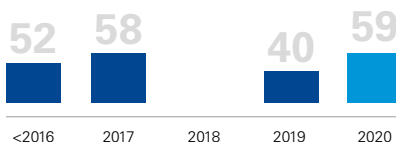
Caractéristiques de la société

Tiers de confiance

- Les services d'authentification et de contrôle qualité proposés par la plateforme font de Vestiaire Collective un tiers de confiance. Statut important dans un secteur où la contrefaçon est un problème majeur
- En 2019 la société a lancé le service ENVOI DIRECT, qui permet aux vendeurs de pouvoir expédier directement leurs articles vendus à moins de 500€ réduisant ainsi le transport et à fortiori l'impact environnemental

Positionnement/Piliers de marque

- Une plateforme inspirante, inclusive et de confiance avec un fort ADN mode
- Une communauté d'activistes engagés
- Une offre qualitative et accessible
- Une marque engagée et pionnière proposant une mode circulaire pour une consommation plus responsable
- Une plateforme axée data et mobile



Description de la société

Vestiaire Collective permet à une communauté d'activistes de mode de s'inspirer mutuellement et de conduire durablement le changement pour un avenir plus responsable.

La plateforme encourage les consommateurs à rejoindre l'économie circulaire et à prolonger la vie des articles. Lancée en 2009 Vestiaire Collective a su créer de l'engagement grâce à une offre d'articles de mode accessibles et durables, proposée par sa communauté internationale.

Une plateforme inclusive qui est le porte-voix de sa communauté, soucieux des enjeux environnementaux et sociaux.



Croissance

Faits notables

- En Juin 2020 la plateforme a connu une croissance de ses ventes de 144% et de 100% en volume sur les produits mis en vente, avec une accélération observée pendant la période de confinement
- **Covid-19** : La société s'est mobilisée pour organiser, avec le soutien d'influenceurs internationaux, des ventes caritatives dont les bénéfices ont été intégralement reversés à des associations locales (en France : la Fondation des Hôpitaux de Paris) ou encore à l'OMS
- La plateforme propose 70 000 nouveaux articles chaque semaine et compte aujourd'hui une offre disponible de 2 millions de pièces
- 80% des transactions se font via l'application

Internationalisation

- Vestiaire Collective possède des bureaux à Paris, Berlin, New York et Hong-Kong
- Sa communauté de vendeurs et acheteurs est répartie dans plus de 100 pays en Europe, aux États-Unis, en Asie et en Australie
- 80% des transactions réalisées par la société sont transfrontalières



Levées de fonds (209 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Vestiaire Collective développe de nouveaux outils/fonctionnalités pour sa communauté pour plus d'interactions, personnalisation et gamification.

Développement commercial : Vestiaire Collective souhaite proposer un service de revente adapté pour les marques, et travailler la scalabilité de sa plateforme.

Expansion Internationale : Vestiaire Collective va renforcer sa position sur le marché international, notamment en Asie avec la Corée et le Japon ainsi qu'aux États-Unis.



Lauréat 2019

Voodoo



Consumer Tech



www.voodoo.io



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Alexandre YAZDI
Co-fondateur & CEO

Laurent RITTER
Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- Goldman Sachs
- Tencent

Caractéristiques de la société

Problématiques de réseau

- Pour s'assurer une visibilité sur les jeux vidéos prometteurs, la société bénéficie d'un réseau mondial de plus de 2000 studios partenaires

Positionnement

- Voodoo est un éditeur de jeux ainsi qu'un distributeur de jeux créés par des studios tiers
- Positionnée sur l'hyper casual gaming (jeux très grand public), la société capitalise sur son expérience dans l'édition récurrente de grands succès en termes de téléchargements et de base de joueurs actifs
- Voodoo propose entre autre un modèle de rémunération des jeux fondé sur de la publicité



Description de la société

L'édition de jeux mobiles est une industrie soumise aux règles de l'économie de l'attention, où les problématiques de réseau, l'effet de viralité et le manque de prédictibilité du succès d'un jeu rendent difficile la réalisation répétée de fortes performances.

C'est dans cet environnement que Voodoo s'impose comme leader mondial de « l'Hyper casual » gaming (jeux très grand public) en répétant régulièrement des jeux à fort succès, faisant de la société le premier éditeur d'applications majeures sur mobile. Ses succès comprennent Helix Jump, Snake VS Block et Paper.io.

Voodoo est également distributeur de jeux créés par des studios tiers. Parmi les activités liées à ce domaine, la société coache des éditeurs de toutes tailles dans l'origination d'idées et le développement de leurs jeux vidéo. Dans le cadre de son activité de distribution, Voodoo s'occupe également du marketing et aide ses clients durant la phase opérationnelle des jeux, en s'assurant que les joueurs restent actifs sur ces derniers.



Croissance

Faits notables

- Les jeux publiés par Voodoo ont permis de générer plus de 3,7 milliards de téléchargements sur les plateformes d'applications d'iOS et Android depuis la création de la société
- Le portefeuille de jeux publiés par la société compte plus de 300 millions d'utilisateurs actifs mensuels
- La société a développé plus de 150 jeux mobiles dits « Hyper Casual »
- La prise de participation minoritaire de Tencent en 2020 valorise Voodoo à près de 1,2 milliards d'euros, faisant de la société la 9^{ème} licorne française

Internationalisation

- La société travaille en partenariat avec plus de 2 000 studios dans le monde
- 97% du chiffre d'affaires provient d'utilisateurs hors de France
- En 2019, Voodoo a ouvert des studios à Istanbul et Montréal et a fait l'acquisition du studio anglais Gumbug
- La Chine est un marché clé pour Voodoo, qui y a généré près de 360M€ de revenus en 2019 et réalisé 7,5% des téléchargements dans le monde



Levées de fonds (175 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : les fonds levés devraient permettre à Voodoo de renforcer sa technologie relative aux jeux développés ou aux outils lui permettant d'identifier, de monétiser et de distribuer les jeux mobiles.

Expansion internationale : le rapprochement stratégique effectué avec Tencent en 2020 a pour objectif de renforcer la présence de Voodoo en Asie - Pacifique, en améliorant notamment la manière dont la société y distribue ses jeux et capitalise sur les influenceurs locaux pour assurer la viralité de ses jeux.

3

172

<2016 2017 2018 2019 2020



Consumer Tech



www.yubo.live



2015



Paris, France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Sacha LAZIMI
Co-fondateur & CEO

Jérémie AOUATE
Co-fondateur & CPO

Arthur PATORA
Co-fondateur & CTO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Alven
- Idinvest Partners
- Iris Capital
- Kima Ventures
- Sweet Capital
- Village Global

Caractéristiques de la société

Modèle d'affaires

- Si l'inscription et l'usage sont gratuits, la société a développé une offre premium associée à des options payantes à l'usage (ex : remontée d'une « room » sur l'écran d'accueil afin de renforcer la visibilité de ses membres)

Positionnement

- Le concept de Yubo est à l'opposé des réseaux sociaux actuels. En effet, il permet de créer des amitiés en plus de se connecter à ceux qui le sont déjà
- Engagée dans la sécurité de ses membres, la société a élaboré un « safety Board » réunissant des experts de la sécurité des utilisateurs et de la protection de l'enfance
- La société a signé en 2019 un partenariat avec l'application Yoti pour améliorer la modération des contenus et vérifier le profil des utilisateurs (faux comptes, utilisateurs en dehors des âges acceptés, soit les 13 – 25 ans)



Description de la société

Yubo veut réinventer les réseaux sociaux dédiés à la génération Z (13 – 25 ans) en leur offrant la possibilité de sociabiliser en ligne, tels qu'ils le feraient dans la vie réelle.

La société a donc choisi une approche basée sur des livestreams pour permettre aux utilisateurs amis sur l'application de se retrouver dans des groupes appelés « rooms » (jusqu'à dix personnes dites « streamers ») selon des centres d'intérêt communs. Se voulant ludiques et animées par des fonctionnalités de jeux ou encore de Karaoké, ces rooms sont publiques et accessibles depuis une page d'accueil : tout utilisateur de l'application peut les visualiser en direct et interagir avec les streamers à travers un chat. Les streamers peuvent ensuite rajouter des spectateurs à leur liste d'amis pour débiter des conversations individuelles par la suite.

L'application propose également un système d'ajout mutuel pour se faire de nouveaux amis basés sur les centres d'intérêts et les potentielles affinités, sous le mode du « swipe »

Enfin, la sécurité et le bien-être de ses utilisateurs étant au cœur de sa vision, Yubo a développé une Intelligence Artificielle afin de détecter tout code vestimentaire inapproprié ou nudité des utilisateurs pour envoyer automatiquement des messages d'alerte voire bloquer le stream. La société permet également à des modérateurs externes d'intervenir en cas de harcèlement ou de démonstration de comportements suicidaires pour accompagner psychologiquement, socialement et juridiquement ses utilisateurs.



Croissance

Faits notables

- Yubo a réalisé près de 9 M€ de chiffre d'affaires en 2019 et vise le double en 2020
- Elle revendique plus de 30 millions d'inscrits (environ 1 million en France) et plus de 50 000 discussions vidéo par jour (hors Covid-19)
- Depuis sa création, Yubo a comptabilisé plus de 10 milliards de messages écrits et 30 millions de live streams
- Les cofondateurs de la société ont été primés par le classement Forbes des « 30 under 30 » dans la catégorie technologie
- **Covid-19** : Yubo a enregistré une augmentation du temps passé en live de 600%, pour 30 000 nouveaux utilisateurs par jour (vs 15 000 avant la crise sanitaire mondiale)

Internationalisation

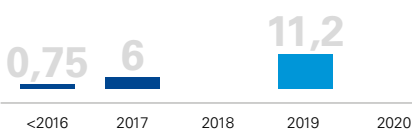
- Misant sur l'anglais dès ses débuts, la plateforme est surtout performante dans les pays anglophones (États-Unis, Royaume-Uni, Australie...), où elle compte 80% de son audience, dont 50% en Amérique du Nord



Levées de fonds (17,9 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : la plateforme va recruter 35 collaborateurs en 2020 pour accélérer le développement de sa plateforme au-delà du smartphone, ajouter de nouvelles fonctionnalités telles que le partage d'écran et continuer à améliorer la modération des contenus.

Expansion internationale : Yubo utilisera ces fonds pour se déployer sur de nouveaux marchés, comme le Japon et le Brésil.



FICHES SOCIÉTÉS FINTECH





Fintech



www.alan.com



2016



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Jean-Charles SAMUELIAN
Co-fondateur & CEO

Charles GORINTI
Co-fondateur & CTO

Effectifs



Principaux investisseurs

- CNP Assurances
- DST Global
- Index Ventures
- Partech Ventures
- Temasek
- Portag3 Ventures
- Xavier Niel

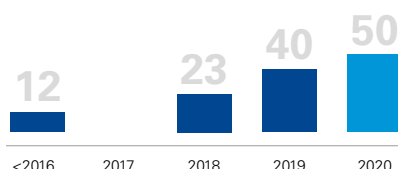
Caractéristiques de la société

Agréments

- Premier assureur indépendant agréé par l'ACPR en France depuis 1986

Positionnement

- Alan se positionne sur le segment des assurances santé proposées pour les indépendants et par les entreprises à leur salariés, et n'est ainsi pas présent à date sur le marché des particuliers
- La société bénéficie ainsi de la réglementation française (loi ANI 2016) obligeant les entreprises à fournir une complémentaire santé à leurs salariés et à la financer à hauteur de 50% minimum
- Alan se pose comme partenaire des services RH des entreprises-membres comme porte d'entrée vers la santé et le bien-être des employés



Description de la société

Les systèmes de santé moderne sont sujets à des complexités qui en affectent les performances pour l'ensemble des parties prenantes, notamment en termes de recherche de soins, de visibilité sur les différents remboursements des ayants droits ainsi que sur l'offre de soins disponibles, et enfin de longueurs administratives.

À travers le prisme de la complémentaire santé, Alan repense l'accessibilité aux soins, en centrant ses services sur les besoins de ses membres, les démarches préventives ainsi que des échanges plus transparents et fluides entre les différents acteurs.

A travers son application, la société permet à ses membres de gérer rapidement le processus de traitement des remboursements et des devis, d'accéder à des journaux de soins centralisant les devis et prises en charge hospitalières.

Pour faciliter l'accès aux soins, Alan a également développé « Alan Map », un service pour identifier l'offre médicale de proximité en fonction des remboursements associés (accès gratuit), et développé un partenariat de téléconsultation avec la plateforme Livi, pour l'ensemble de ses membres.

Au-delà des services proposés, la société souhaite se distinguer des assurances traditionnelles par la rapidité de souscription, la construction d'un produit d'assurance santé complet, la transparence sur les prix et les services, et expérience utilisateur unique.



Croissance

Faits notables

- Le chiffre d'affaires d'Alan a plus que doublé entre 2018 et 2019 et avoisine désormais 50 M€
- La société compte aujourd'hui plus de 5 000 entreprises et clients indépendants, ce qui représente plus 76 000 utilisateurs
- Se donne pour objectif de couvrir 100 000 utilisateurs en 2021, ce qui lui conduirait à atteindre 100 M€ de chiffre d'affaires
- **Covid-19** : Alan a développé « Coup de pouce », une application disponible gratuitement, donnant accès aux dernières informations disponibles et vérifiées sur la pandémie, à un test d'auto-diagnostic personnalisé, à un service de télé-médecine gratuit, ainsi qu'à des programmes de méditation et de yoga

Internationalisation

- Alan planifie une implantation en Espagne et en Belgique avec l'ouverture de deux bureaux dès l'été 2020



Levées de fonds (125 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Alan compte utiliser les derniers fonds levés afin de continuer à développer des fonctionnalités et améliorer l'expérience utilisateur, notamment grâce à l'immédiateté des remboursements, de l'envoi des devis, l'accès direct aux médecins et la réception de conseils de santé personnalisés et proactifs.

Expansion internationale : les fonds levés doivent permettre la très forte européanisation de la société, qui accède dès 2020 à l'Espagne et à la Belgique, avant d'accélérer son empreinte régionale au cours des 5 prochaines années.



Fintech



www.bleckwen.ai



2016



Courbevoie (92), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

David CHRISTIE
CEO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Bpifrance
- Engie INEO
- Ring Capital
- TempoCap Limited

Caractéristiques de la société

Marché

- Les solutions de la société s'adressent aux institutions financières ainsi qu'aux prestataires de services de paiement (Adyen, Ingenico ePayments, Wordline...)

Positionnement

- Au-delà de l'analyse, la plateforme de Bleckwen se distingue par sa capacité à accepter ou mettre en attente une transaction avant transmission à des équipes humaines
- La société a pour objectif de libérer le temps des équipes de lutte contre la fraude afin de permettre aux banques de fournir de nouveaux services de sécurité à leurs clients
- Sa solution cryptée fonctionne sur des plateformes de Cloud computing publiques comme Amazon Web Services, Azure de Microsoft et Google Cloud Platform, ou dans des environnements Docker et OpenStack conteneurisés sur site



Description de la société

Alors que près de 4 000 milliards de dollars sont détournés et blanchis chaque année au travers du système financier (environ 3 % du PIB mondial), les technologies existantes ne suffisent pas à contrer ce fléau, destructeur de confiance et générateur de surcoûts pour les institutions financières (règlements judiciaires, ressources humaines monopolisées au sein des services de conformité).

Issue d'un spin-off d'Ercom, société spécialisée dans la cybersécurité pour des services gouvernementaux, Bleckwen change ce paradigme avec sa solution d'analyse comportementale, basée sur du Machine Learning et nourrie par l'analyse de milliards d'opérations de paiement en partenariat avec ses premiers clients. Les solutions de la Fintech permettent de développer des modèles de prédiction des fraudes (prévention) et de détection en temps réel de comportements anormaux sur les transactions, dont 10 000 sont analysées chaque seconde par la société.

La Fintech a développé une plateforme permettant une meilleure collaboration entre son Intelligence Artificielle et les équipes de middle office de ses clients : les transactions suspectieuses selon les algorithmes de Bleckwen sont mises en attente et une explication détaillée des raisons d'alertes est transmise au client qui valide ou infirme le cas après revue manuelle.

La plateforme mise à disposition par Bleckwen permet également à ses clients de paramétrer leurs propres règles de gestion des fraudes et de bénéficier de rapports de performance sur leur activité de conformité sur ce sujet.



Croissance

Faits notables

- Éluée Fintech de l'année à l'EBA day 2019 (Euro Banking Association)
- La technologie de Bleckwen réduirait de 99% les « faux positifs »
- Les clients ont vu jusqu'à présent les ratios de faux positifs chuter de plus de 95 %, le temps nécessaire pour résoudre les alertes diminuer de plus de 50 % et les ratios de pertes dues à la fraude diminuer d'environ 60 % par rapport aux systèmes existants
- Bleckwen compte parmi ses clients de grandes institutions françaises telles que le Crédit Agricole ou la BNP Paribas

Internationalisation

- La société compte parmi ses clients des institutions d'envergure européenne et mondiale



Levées de fonds (9 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Bleckwen souhaite améliorer ses algorithmes et créer de nouveaux produits pour lutter contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

Expansion internationale : la société a présenté des ambitions de développement rapide en Europe, et vise en priorité le Royaume-Uni, l'Allemagne, les Pays-Bas et les marchés nordiques.

9


<2016 2017 2018 2019 2020

JENJI

 Fintech

 www.jenji.io

 2013

 Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Pierre QUEINNEC
Co-fondateur & CEO

Nicolas ANDRE
Co-fondateur & COO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Axeleo
- Idinvest Partners
- Sogescot

Caractéristiques de la société

Enjeux

- La société doit pour chaque société et pour chaque pays prendre en compte les différents paramétrages comptables, fiscaux et juridiques de la gestion des notes de frais. Ces modalités constituent des barrières à lever avant le lancement de sa solution sur de nouveaux marchés
- La société fournit une version gratuite pour les TPE afin de collecter rapidement des données de nouveaux permettant à ses algorithmes d'apprendre les us et coutumes propres aux différentes localités

Positionnement

- Face à d'autres Fintechs présentes sur ce marché, Jenji vise directement les grands comptes en proposant une solution flexible prenant en compte l'ensemble de leurs habitudes de paiement



Description de la société

Second poste de dépense le plus contrôlable après les salaires, les notes de frais consomment une part non négligeable des ressources des sociétés en termes de temps dédié pour intégrer et valider les données au sein des systèmes d'information comptable, du fait de systèmes d'informations hérités peu efficaces.

Jenji propose une solution fondée sur de l'Intelligence Artificielle pour accélérer considérablement le temps de traitement des notes de frais. A partir d'une simple photographie de la facture, ses algorithmes traduisent l'ensemble des informations financières, ainsi que l'objet, la date et la localisation de la dépense. La plateforme de Jenji génère ensuite des rapports de frais opérationnels détaillés en temps réel pour une validation plus rapide et efficace des dépenses avant leur intégration au sein des ERP de leurs clients.

Afin de s'adapter le plus possible aux habitudes de ses clients et de leurs employés, Jenji a développé un environnement d'accès à ses services très protéiforme grâce au cloud : accessibilité par mobile, par accès web, intégration des éléments reçus par mail, liaisons avec les solutions cloud et « on-premise » de ses clients. De plus, elle permet d'intégrer les cartes de paiement entreprise.

Enfin, la société met à disposition de ses clients des solutions de conservation digitale des notes de frais (Vault) et surtout d'analyses et de comparaison aux budgets établis afin de donner aux équipes clients une plus grande visibilité sur les mesures potentielles pour optimiser les coûts.



Croissance

Faits notables

- Jenji revendique plus de 4 000 sociétés clientes et près de 150 000 utilisateurs dans 150 pays, pour un total de 1,4 millions de dollars de dépenses par mois
- Au sein de son portefeuille client, on retrouve 350 grands comptes comme Total, Lafarge Holcim, AD2R La Mondiale ou encore l'Assemblée Nationale

Internationalisation

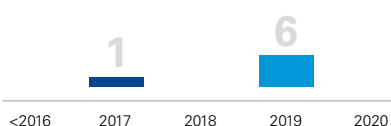
- La société exerce ses activités en France, Suisse, Luxembourg et au Maroc



Levées de fonds (7 M€ au total) et objectifs de développement

Expansion internationale : ce tour de table a pour but d'adapter la solution aux spécificités juridiques de nouveaux marchés européens. La start-up souhaite en effet pouvoir adresser ces nouveaux marchés de façon plus directe.

Développement commercial : la levée de fonds va également permettre à Jenji de recruter des profils commerciaux et techniques et de créer une équipe marketing.





Fintech



www.lydia-app.com



2012



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Cyril CHICHE

Co-fondateur+CEO

Antoine PORTE

Co-fondateur+CTO

Victor JOLLY

COO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Belcube
- CNP Assurance
- Duval Fintech
- NewAlpha Asset Management
- Tencent
- Xange

Caractéristiques de la société

Agrément et Enjeux

- Lydia est enregistré comme Agent Prestataire des Services de paiement par l'ACPR en France et dans toute l'Union Européenne

Positionnement

- Lydia souhaite offrir aux particuliers une expérience bancaire simplifiée, sans changer de banques, en leur permettant de réaliser toutes les actions sur leur applications
- Depuis 2019, Lydia a développé une place de marché de services financiers, offrant ainsi des services complémentaires à ses utilisateurs tout en se positionnant comme apporteur d'affaires pour les institutions financières



Description de la société

L'objectif premier de Lydia est de pouvoir tout payer de façon simple, rapide et sécurisée avec son téléphone.

Après avoir fait ses premiers pas dans le paiement entre particuliers sur mobile, Lydia a peu à peu étendu ses services financiers et permet désormais de réaliser des virements de comptes bancaires à comptes bancaires et de définir des transactions récurrentes pour automatiser des virements ou des transferts d'argent Lydia. Il est aussi possible de créer des sous-comptes Lydia pour faciliter la gestion de son argent ou générer une cagnotte virtuelle à partager avec ses proches.

En novembre 2019, la Fintech a lancé "Le marché", une marketplace de services financiers qui regroupent des offres de Fintechs, banques et assureurs français ainsi que des offres "made by Lydia" comme le crédit instantané (en partenariat avec Banque Casino).

Grâce à cette diversification, Lydia va pouvoir générer des revenus supplémentaires, le transfert d'argent entre particuliers ayant toujours été gratuit et peu d'utilisateurs ayant souscrit à la version premium à 2,99€ par mois.



Croissance

Faits notables

- Lydia recense plus de 3 millions d'utilisateurs et une part de marché de plus de 25% parmi les 18-30 ans français
- La société aurait généré un peu moins de 10 M€ de chiffre d'affaires en 2019
- Lydia acquiert plus de 110 000 nouveaux utilisateurs chaque mois et traite plus de 100 000 transactions par jour
- Depuis le lancement de son offre de crédit instantané, Lydia a constaté une croissance de 40% par mois quant au nombre de crédits souscrits, pour un crédit moyen de 260€
- Lydia est par ailleurs membre fondateur de l'association France Fintech

Internationalisation

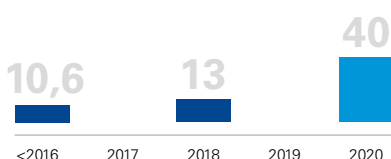
- La Fintech est désormais présente au Royaume-Uni, en Irlande, en Espagne et au Portugal



Levées de fonds (63,6 M€ au total) et objectifs de développement

Développement commercial : à travers cette dernière levée de fonds, Lydia se dote de moyens financiers plus conséquents pour renforcer significativement la visibilité de sa place de marché.

Expansion internationale : Lydia souhaite utiliser cette levée de fonds pour déployer son modèle à travers l'Europe. Ce développement européen sera accompagné d'une vague de recrutements entre 50 et 100 personnes en 2020.





Fintech



www.qonto.com



2016



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Alexandre Prot
Co-fondateur + DG

Steve Anavi
Co-fondateur + Président

Effectifs



Principaux investisseurs

- Alven Capital Partners
- DST Global
- European Investment Fund
- Ingo Uytdehaage (Adyen)
- Investment Arm
- Taavet Hinrikus (TransferWise)
- Tencent Holdings
- Valar Ventures

Caractéristiques de la société

Agréments

- Qonto est la première néobanque B2B à obtenir son agrément d'établissement de paiement par l'ACPR, organisme rattaché à la Banque de France et transposable dans toute l'Union Européenne. En 2019, elle a déposé son dossier pour obtenir son agrément d'établissement de crédit.

Positionnement

- Alors que de nombreuses néobanques visent les particuliers, Qonto a été la première en France à se concentrer sur les PME et professionnels. Un marché non négligeable (4M de PME en France) et en croissance.



Description de la société

Qonto s'est donné comme mission de changer la banque professionnelle pour qu'elle soit plus adaptée aux besoins des entreprises modernes en la rendant efficace, fluide et transparente.

La société optimise l'expérience de ses clients de l'ouverture du compte (moins de 15 minutes, en ligne) à la gestion quotidienne afin d'en faciliter l'usage. Son interface en ligne recense l'ensemble de ses services : gestion des moyens de paiement, support à la gestion financière et comptable des sociétés, outils collaboratifs de paiements.

Qonto offre davantage de libertés de gestion à ses clients au niveau de leur cartes de paiements : modulation des plafonds et autorisations, possibilité de réduire les frais à l'étranger, voire de bénéficier des taux de change de marché selon l'offre choisie, assurances qualitatives.

Au-delà des libertés de paiement, la société propose des outils d'analyse à leurs clients, permettant de catégoriser leurs dépenses et d'en avoir une vision simple afin de simplifier la gestion financière et la comptabilité des entreprises.

Enfin, les services offerts par la société sont collaboratifs par nature : gestion des droits d'accès et autorisations de paiement des collaborateurs, génération simplifiée des notes de frais à la source à travers les cartes de paiements.



Croissance

Faits notables

- Qonto compte 100 000 entreprises clientes, chiffre que la société prévoit d'augmenter de 30% d'ici fin 2020
- L'entreprise ne communique pas le montant exact de son chiffre d'affaires mais indique avoir multiplié ses revenus par 4 entre 2018 et 2019
- Son volume de transactions total géré a dépassé les 10 milliards d'euros en 2019
- **Covid-19** : Qonto a participé aux efforts de soutien des PME en rendant certains services temporairement gratuits, tels que la génération de cartes virtuelles

Internationalisation

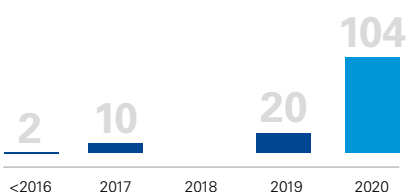
- Qonto a ouvert ses services en Allemagne, en Italie et en Espagne et souhaite se concentrer sur l'Europe à moyen terme
- Qonto a recruté au total 30% de talents internationaux et 27 nationalités différentes basés à Paris



Levées de fonds (136 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : avec cette levée de fonds, Qonto veut diversifier ses activités pour devenir un véritable outil de Business Finance Management qui simplifie le business des PME et des entrepreneurs au quotidien. Par ailleurs, des développements logiciels sont aussi prévus pour accompagner cette stratégie. Une partie des fonds levés sera également allouée à l'exigence en fonds propres requis pour obtenir une licence d'établissement de crédit.

Développement commercial : la société veut recruter plus d'une centaine de talents pour dépasser le cap des 300 salariés et souhaite doubler son nombre de clients d'ici la fin de l'année.



Shift Technology



Fintech



www.shift-technology.com



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Jeremy JAWISH
Co-fondateur & CEO

David DURRLEMAN
Co-fondateur & CTO

Eric SIBONY
Co-fondateur & CSO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Accel Partners
- Bessemer Venture Partners
- Elaia Partners
- General Catalyst
- Iris Capital

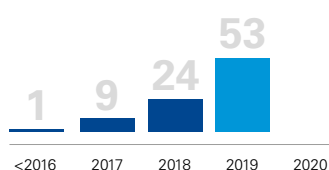
Caractéristiques de la société

Performances

- Shift Technology aurait étudié une centaine de millions de déclarations : sécurisation de 100 millions de sinistres automobile, habitation et risques divers et 300 millions de déclarations en santé
- Parmi les cas de fraude identifiés par la solution, 75% se sont avérés être des cas véritables contre 30-35% pour les sociétés concurrentes

Positionnement

- Opérant au sein du secteur des Assurtechs, la société propose des services BtoB actuellement très recherchés par les acteurs traditionnels de l'assurance



Description de la société

Shift Technology a pour ambition de changer les règles du jeu de la gestion des sinistres et de la détection des fraudes pour les assurances. Ces processus sont en effet traditionnellement coûteux et pénalisés par des durées opérationnelles de traitement assez longues.

La société a ainsi développé une solution logicielle d'Intelligence Artificielle en mode SaaS (Force) dédiée à la détection de la fraude à grande échelle, par la reproduction des mécanismes de raisonnement des gestionnaires en charge de ces activités.

La société propose également une solution d'automatisation du traitement de sinistres, de leur déclaration à leur remboursement (Luke), permettant de lutter contre l'augmentation des déclarations frauduleuses. Cette solution permet ainsi de traiter à la fois des petits sinistres en cinq minutes, contre un à trois mois pour une gestion classique, mais également permettre un traitement automatisé des sinistres de masse, permettant une meilleure gestion des pics d'activités et un recentrage des assurances dans l'accompagnement de leurs clients.



Croissance

Faits notables

- La société compte plus de 70 clients dans 35 pays, dont AG2R La Mondiale, le Crédit Agricole, Harmonie Mutuelle Groupe, Macif, la General Insurance Association of Singapore ainsi que la Hong Kong Federation
- Shift Technology a fait l'objet de nombreuses récompenses et a notamment été reconnue au sein du Trophée Challenges des futures licornes, du Top 100 CB-Insights des start-up de l'IA qui bousculent les industries ou encore sélectionnée comme lauréate au concours mondial de l'innovation 2030 de la BPI

Internationalisation

- Shift Technology figure actuellement parmi les leaders sur son marché en Europe et en Asie
- La société possède des bureaux à Paris, Singapour, Hong-Kong, Tokyo, Zurich, Londres, Madrid et Boston



Levées de fonds (87 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Shift Technology souhaite décliner ses solutions pour les secteurs de la prévoyance et de l'assurance-vie. Elle compte également renforcer ses ressources dédiées à la R&D pour renforcer l'automatisation du traitement de nouveaux cas de fraude.

Expansion internationale : la société compte accélérer sa phase d'internationalisation et renforcer sa présence aux États-Unis et au Japon.



Lauréat 2019

younited credit.
Empruntez. Investissez. Entre vous.



Fintech



www.younited-credit.com



2009



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Charles EGLY
Co-fondateur & CEO

Geoffroy GUIGOU
Co-fondateur & COO

Thomas BEYLOT
Co-fondateur & CPO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Adevinta
- AG2R La Mondiale
- Bpifrance
- Crédit Mutuel Arkéa
- Eurazeo
- Kima Ventures
- Matmut
- Weber Investissements

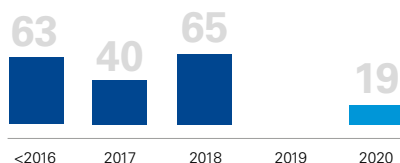
Caractéristiques de la société

Agréments

- Société agréée établissement de crédit par la BCE
- Il s'agit à la fois de la seule Fintech en France et de la seule plateforme de prêt en ligne en Europe Continentale qui possède un agrément d'établissement de crédit
- Société agréée comme prestataire de services d'investissements

Positionnement

- La société se positionne sur les prêts à la consommation aux particuliers et propose aussi depuis 2019 une offre B2B nommée Younited Business Solutions
- Younited est précurseur dans l'utilisation de l'agrégation bancaire (open banking / DSP2) au service du crédit à la consommation



Description de la société

Younited Credit a développé une plateforme SaaS propriétaire. Les emprunteurs choisissant Younited bénéficient d'une expérience 100% digitale, des technologies les plus avancées (open banking, IA et Machine Learning appliqué au processus d'underwriting), et d'un pricing individualisé selon leurs situations personnelles (risk-based pricing).

En s'appuyant sur le succès de son activité de prêt à la consommation, Younited Business Solutions propose à ses clients (banques, assurances, e-marchands, majors de la Tech et des Télécoms) une plateforme SaaS entièrement modulable via un système d'APIs.

Les clients de Younited Business Solutions peuvent ainsi proposer à leurs clients finaux deux gammes de solutions de financement :

- Credit-as-a-Service : offre destinée aux institutions financières souhaitant lancer une offre de crédit ou digitaliser leur chaîne de valeur
 - Exemples de partenariats en cours : Bpifrance, N26, HSBC, Fortuneo
- Credit-as-a-Payment : offre destinée aux marchands souhaitant offrir des facilités de paiement à leurs clients finaux
 - Exemples de partenariats en cours : Free, Tediber

Les investisseurs professionnels (particuliers et institutionnels) ont accès à une classe d'actifs résiliente et aux rendements attractifs grâce à l'expérience développée par Younited en matière d'algorithme de risque de crédit.

Younited Credit est présent en France, en Italie, en Espagne, au Portugal et en Allemagne. Son agrément BCE est passable dans les 31 de pays de l'espace économique européen.



Croissance

Faits notables

- Younited Credit a atteint le volume de 1,9 Mds€ de prêts cumulés à la fin du 1^{er} semestre 2020, contre 1 Md€ fin 2018. L'entreprise connaît une croissance annualisée de 100% depuis son lancement commercial début 2012
- Depuis le lancement il y a 18 mois de Younited Business Solutions, le nombre de partenariats se multiplie avec des acteurs de premier plan tels que Free, Bpifrance, ou encore Fortuneo
- Précurseur dans l'utilisation de l'agrégation bancaire (open banking / DSP2), Younited continue de se positionner à la pointe des innovations sur le marché bancaire, à travers son équipe de 120 ingénieurs et data scientists
- **Covid-19** : Younited Credit a mis à disposition 5 millions d'euros pour une offre de prêts à taux zéro pour les métiers en première ligne dans la lutte contre la pandémie, dans tous les pays où la société est implantée

Internationalisation

- Younited Credit est présent en France, en Italie, en Espagne, au Portugal et en Allemagne depuis février 2020



Levées de fonds (187 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit / Plateforme technologique :

- Algorithmes de risque de crédit en machine-learning, utilisant de la donnée conventionnelle et non-conventionnelle et exploitation de la donnée issue de l'agrégation des comptes bancaires
- Développements de nouveaux produits et fonctionnalités afin de conserver un niveau supérieur d'expérience client

Expansion internationale : la société compte également accélérer son déploiement européen



FICHES SOCIÉTÉS HUMAN CAPITAL





Human Capital



www.jobteaser.com



2008



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Adrien LEDOUX
Co-fondateur & CEO

Nicolas LOMBARD
Co-fondateur & COO

Arthur ROUGIER
CPO

Samuel ROSSILLE
CTO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Alven Capital Partners
- Highland Europe (UK)
- Idinvest Partners
- Korelya Capital
- Seventure Partners

Caractéristiques de la société

Effet réseau

- Pour accroître la valeur de son réseau, JobTeaser assure la gratuité auprès des universités, écoles et futurs travailleurs mais un accès payant pour les entreprises qui y postent leurs offres de stage et de premier emploi

Positionnement

- En 2019 JobTeaser a lancé un outil digital "Marco" qui permet d'identifier les valeurs, les intérêts et les moteurs de motivation professionnelle. Cela pour aider les jeunes talents à mieux définir leurs projets professionnels et permettre aux entreprises de mieux identifier les talents



Description de la société

Au moment d'entrer sur le marché du travail, de nombreux étudiants ont encore une idée assez imprécise du fonctionnement des entreprises et de la réalité des métiers qui s'offrent à eux. L'objectif de JobTeaser est donc d'accompagner les nouvelles générations pour les aider à mieux s'orienter, à se révéler et à s'accomplir professionnellement.

JobTeaser est une start-up spécialisée dans le marketing des ressources humaines et du recrutement. Elle propose notamment aux entreprises de se faire connaître auprès des jeunes étudiants en achetant de la visibilité par le biais de contenus de marques sur sa plateforme, qui est utilisée par de nombreuses écoles et universités.

Pour assurer la visibilité de ces offres aux étudiants et afin d'assurer un croisement de profils adéquats pour les futurs recruteurs, JobTeaser fournit également un accompagnement aux étudiants afin de les préparer aux entretiens ou encore les orienter en fonction de leurs aspirations.

Enfin, la société fournit gratuitement une plateforme de « Career Center » aux écoles et universités partenaires, afin qu'elles puissent renforcer leurs relations avec les étudiants et mieux les accompagner dans leurs recherches de stages, VIE et premier emploi.



Croissance

Faits notables

- JobTeaser compte 600 établissements européens partenaires dont 250 en France avec 100 % des écoles de commerce et la moitié des universités. Il en est également dénombré 80 en Allemagne et 40 en Espagne
- La société aurait réalisé un chiffre d'affaires supérieur à 20 M€ en 2018
- JobTeaser compte également 70 000 entreprises clientes, parmi lesquelles figurent Amazon, Deutsche Bank, BlackRock, L'Oréal ou encore LVMH

Internationalisation

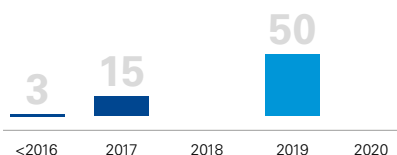
- JobTeaser a une forte présence européenne dans 19 pays, avec notamment des bureaux en Allemagne, en Espagne, ou au Benelux
- Récemment, la société a déployé ses services au sein d'Oxford



Levées de fonds (68 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : l'objectif est de renforcer son écosystème constitué d'établissements d'enseignement supérieur, de professionnels de l'orientation et de recruteurs. Pour cela, 150 nouveaux collaborateurs devraient être recrutés d'ici fin 2020, dont près de la moitié à l'international

Croissance externe : la société veut initier une stratégie de croissance externe en Europe, dans une logique de complémentarité géographique





Human Capital



www.lumapps.com



2012



Lyon (69), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Sébastien Ricard
Co-fondateur & CEO

Elie Mélois
Co-fondateur & CTO

Olivier Chanoux
Co-fondateur & CMO

Effectifs



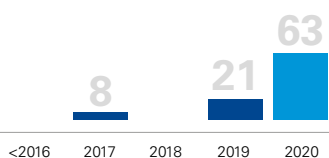
Principaux investisseurs

- Bpifrance
- Famille C (family office - Courtin Clarins)
- Idinvest Partners
- Iris Capital
- Goldman Sachs

Caractéristiques de la société

Positionnement

- LumApps veut fédérer l'entreprise et créer une forte culture commune, en facilitant à la fois la communication d'entreprise descendante et les échanges sociaux entre employés
- Sa solution s'intègre aux deux suites collaboratives leaders (Office 365 et G Suite)
- LumApps fournit des solutions pour les grandes entreprises de tous secteurs en répondant aux besoins d'une organisation structurelle complexe, ainsi que les PME grâce à une solution simplifiée prête à l'utilisation
- La société propose à la fois de renforcer l'image de marque en capitalisant sur la communication interne, et de l'amplifier en la faisant rayonner sur les réseaux externes



Description de la société

Les solutions LumApps s'inscrivent dans la digital workplace du futur en fournissant aux organisations un hub central pour réinventer l'expérience des employés.

LumApps a conçu une plateforme unique pour redonner du sens à la communication au sein des entreprises clientes et les accompagner dans la transformation de leur communication, la collaboration et l'engagement de leurs employés.

À travers sa solution d'intranet social et collaboratif, conçue pour informer, connecter et impliquer davantage les employés, la société propose à ses clients un lieu de travail numérique innovant permettant de briser les silos et de rationaliser la communication interne. LumApps simplifie l'accès à tous les contenus d'entreprise, aux discussions sociales et aux communautés professionnelles, à un seul endroit.

De plus, LumApps propose une solution d'Employee Social Advocacy intégrée à son Intranet Social. Celle-ci facilite un partage social rapide et facile du contenu approuvé par la société et personnalisable par le collaborateur, pour amplifier la visibilité de marque, tout en transformant les collaborateurs en ambassadeurs de leur marque sur les réseaux sociaux.

Afin que les entreprises capitalisent sur leurs solutions, LumApps offre des outils d'analyse de l'efficacité des programmes de communication pour une amélioration continue.



Croissance

Faits notables

- LumApps connecte plus de 4 millions de collaborateurs et revendique près de 350 clients dont Airbus, Servier, Colgate, Schibsted, Motorola, Galeries Lafayette, FM Logistic et Air Liquide
- La société aurait réalisé un chiffre d'affaires de près de 20M€ en 2019
- LumApps envisage d'atteindre la rentabilité en 2021 ainsi que les 10 millions d'utilisateurs
- LumApps a créé un réseau international de partenaires technologiques et commerciaux, dont deux partenariats stratégiques avec Microsoft et Google
- **Covid-19** : LumApps est l'une des 20 applications critiques recommandées par l'administration française face à la crise

Internationalisation

- LumApps possède des bureaux dans 7 villes internationales réparties sur 3 continents (Amérique du Nord, Europe, Asie)
- Près de 50% de ses revenus viennent des États-Unis



Levées de fonds (92 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : LumApps veut investir dans la R&D avec un focus sur l'Intelligence Artificielle et le Machine Learning. LumApps veut améliorer l'expérience client et élargir les intégrations et les modules complémentaires. Pour cela, la start-up compte engager plus de 150 employés.

Expansion internationale : LumApps veut s'étendre dans de nouvelles géographies internationales comme le Canada, l'Asie-Pacifique (Singapour), et l'Allemagne.

Croissance externe : Les fonds serviront à financer d'éventuelles acquisitions.



Human Capital



www.malt.fr



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Vincent HUGUET
Co-fondateur & CEO

Hugo LASSIEGE
Co-fondateur & CTO

Alexandre FRETTI
Managing Director

Effectifs



Principaux investisseurs

- Idinvest Partners
- ISAI Gestion
- Kerala Ventures
- Serena Capital

Caractéristiques de la société

Pool de talents indépendants

- Il y a près de 10 millions de travailleurs indépendants en Europe. En France ils sont 1 million et leur nombre a doublé dans les 10 dernières années.
- En parallèle, la guerre de recrutement des talents, notamment dans le digital, reste intense en Europe.

Positionnement

- Malt permet aux entreprises de trouver les meilleurs experts du numérique pour des missions de quelques semaines à plusieurs mois, généralement dans leurs locaux.
- En plus de la mise en relation, Malt fournit un panel de services et d'outils en ligne pour gérer les missions : paiement, assurance, contrat, vérifications légales, évaluations de fin de mission.

7

<2016

2017

2018

25

2019

2020



Description de la société

En facilitant la mise en relation entre les indépendants et les clients, Malt s'inscrit pleinement dans un contexte de guerre des talents de plus en plus accru, et d'une recherche croissante d'agilité et de flexibilité des entreprises. La transformation digitale est un impératif stratégique. Les freelances de Malt vont intervenir sur des projets dans l'IT, le marketing ou le design, sur des missions de management d'interim, ou bien pour renforcer des équipes en cas de turnover ou de retard de recrutement.

La plateforme de Malt permet à ces experts indépendants d'accéder plus facilement à de nouveaux clients via des outils de matching puissant, puis de sécuriser leurs missions (paiement en 48h, contrats automatisés...)

Malt a lancé plusieurs outils de pilotage à destination des entreprises (Malt Insights, Malt Plus) pour gérer leurs missions (reportings avancés, contrôles juridiques, avance de paiement, contrats en ligne...). Ce "Freelancer Management System" séduit de plus en plus les grands groupes qui ramènent leurs propres consultants indépendants sur Malt pour y centraliser toute leur gestion.



Croissance

Faits notables

- Malt revendique plus de 25 000 entreprises clientes dont 80% du CAC 40 (L'Oréal, Allianz, Sanofi, Total, Groupe Crédit Agricole etc.)
- Plus de 200 000 freelances sont inscrits sur la plateforme avec des milliers d'interactions par jour et des centaines de rencontres chaque semaine
- L'entreprise a généré plus de 200 M€ de volume d'affaires depuis sa création

Internationalisation

- Malt est présent en Espagne depuis 2017 où la société compte 25 000 freelances et en Allemagne depuis 2019
- L'entreprise vise plus de 1Md€ de volume d'affaires en Europe en 2024



Levées de fonds (32 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : avec 60 personnes impliquées dans le produit, Malt continue activement le développement de sa plateforme pour apporter de nouveaux services et améliorer le matching entre client et freelances.

Développement commercial : Malt souhaite doubler ses effectifs locaux pour être au plus proche des ETI et des grands groupes.

Expansion internationale : l'entreprise souhaite consolider sa présence en Espagne et en Allemagne avant de poursuivre son expansion dans le reste de l'Europe.



Lauréat 2019

OPENCLASSROOMS



Human Capital



www.openclassrooms.com



2007



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Pierre Dubuc
Co-fondateur et CEO

Mathieu Nebra
Co-fondateur et Chief Innovation Officer

Effectifs



Principaux investisseurs

- General Atlantic
- Alven Capital
- Bpifrance

Caractéristiques de la société

Enjeux

- La sécurisation de partenariats avec des acteurs reconnus est clé dans le développement des Edtechs

Positionnement

- La société est positionnée à la fois sur le segment BtoC (pour des individus souhaitant développer des compétences valorisées sur le marché du travail) et BtoB en permettant l'accès à des formations plus spécialisées pour les employés des sociétés clientes
- La société fournit ses services sous le modèle d'abonnement



Description de la société

La vitesse de développement de la nouvelle économie numérique a engendré un risque important de pénurie des talents tout en remettant en cause des compétences plus traditionnelles, marginalisant un nombre croissant d'individus en dehors du marché du travail.

Pour répondre à cette problématique, OpenClassrooms a développé une méthode pédagogique en ligne entièrement originale, construite sur l'acquisition progressive de compétences par le biais de projets professionnalisants ; chaque étudiant est suivi par un mentor jusqu'au terme de sa formation, sanctionnée par un diplôme certifié par l'État français. OpenClassrooms garantit à tous ses étudiants de trouver un emploi à l'issue de sa formation, ou rembourse l'intégralité du prix de cette dernière.

Les parcours diplômants d'OpenClassrooms sont articulés de manière étroite avec les besoins du marché de l'emploi, de manière à assurer des débouchés professionnels immédiats à tous les diplômés de l'entreprise.



Croissance

Faits notables

- La société compte près de 3 millions d'utilisateurs par mois
- OpenClassrooms vise 1 million de diplômés par an, insérés dans le monde du travail par an d'ici 2025
- La société a développé des programmes de formation certifiants en partenariat avec des entreprises (Google, Microsoft) et des acteurs de la formation (Centrale Supélec, l'X, Sciences Po)
- OpenClassrooms compte actuellement plus de 1 000 cours en ligne, regroupés sous 300 certifications officielles, une cinquantaine de parcours diplômant du niveau Bac + 2 à Bac + 5 et plus de 1 500 mentors
- Le segment BtoB représente une part substantielle du chiffre d'affaires de la société
- OpenClassrooms compte parmi ses sociétés clientes des grands comptes tels que Google, Axa, SNCF ou encore Microsoft
- **Covid-19** : alors que la société a connu une croissance de plus de 50% de ses formations en ligne et d'un surplus de trafic significatif, OpenClassrooms participe à l'effort collectif en proposant gratuitement ses services à 2 000 établissements de formation dans le monde, impactant plus d'un million d'étudiants

Internationalisation

- La plateforme compte des étudiants dans plus de 140 pays



Levées de fonds (59 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : les fonds levés doivent permettre à la société de créer de nouveaux parcours diplômants à l'intention de ses étudiants.

Expansion internationale : OpenClassrooms compte renforcer sa présence au sein de pays francophones ainsi que dans les pays anglo-saxons (États-Unis, Royaume-Uni).



Human Capital



www.payfit.com



2015



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Firmin ZOCCHETTO
Co-fondateur & CEO

Ghislain DE FONTENAY
Co-fondateur & CTO

Florian FOURNIER
Co-fondateur & CPO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Accel Partners
- Bpifrance
- Eurazeo
- Frst (Otium venture)
- Kima Ventures
- The Family
- Xavier Niel

Caractéristiques de la société

Technologie

- PayFit a développé son propre langage de programmation, le JetLang. Ce dernier lui permet de traduire plus simplement et rapidement les spécificités légales et les conventions de travail de chaque pays et donc de faciliter l'internationalisation de ses services

Positionnement

- À l'origine positionnée sur la gestion de la paie, la société diversifie son offre afin de permettre à ses PME clientes de consacrer plus de temps à l'épanouissement professionnel de leurs salariés



Description de la société

La gestion de la paie et des ressources humaines : un sujet complexe et fastidieux en Europe, notamment pour les PME, dont l'exposition au risque d'erreur et aux conséquences associées n'a d'égal que la faiblesse des ressources (humaines, financières, temps) à disposition pour naviguer dans un environnement en constante évolution, avec des outils peu personnalisés ou inaccessibles du fait d'un coût adapté à de plus grandes structures.

Pour en simplifier les arcanes et permettre de digitaliser la gestion des ressources humaines, Payfit propose d'automatiser les tâches administratives : gestion de la paie, des déclarations sociales, des absences et congés, des notes de frais, intégration de nouveaux employés et annuaire des employés.

La solution SaaS de la société génère et distribue automatiquement les bulletins de paie, en passant par les actualisations des montants variables et par les évolutions légales et conventionnelles, tout en prenant en charge les déclarations sociales auprès des différents organismes.

Enfin, Payfit propose des processus simplifiés et personnalisables afin d'alléger et d'accélérer la gestion des congés, absences, notes de frais, temps de travail, et l'intégration de nouveaux salariés.



Croissance

Faits notables

- PayFit accompagne 4 000 entreprises dans la gestion de leurs paies et de leurs ressources humaines
- En moyenne, la société génère 60 000 bulletins de salaires par mois
- Au dernier salon VivaTech, PayFit a reçu le prix de « prochaine licorne européenne » de la catégorie B2B pour PME
- **Covid-19** : en première ligne des adaptations sociales et salariales des sociétés, Payfit a développé en l'espace de deux semaines des fonctionnalités et mises à jours prenant en compte les modifications du travail spécifiques à chaque pays d'implantation, l'intégration massive des nouvelles modalités du chômage partiel, ainsi que la gestion des modulations et reports des cotisations. La société a également développé du contenu éducatif pour guider ses clients dans ce nouvel environnement.

Internationalisation

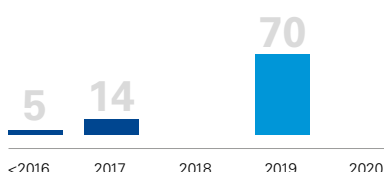
- PayFit dispose de bureaux en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne



Levées de fonds (89 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : ce nouveau tour de table va permettre à PayFit de poursuivre le développement de sa solution RH et d'accompagner son hypercroissance en doublant ses effectifs en 2020 et atteindre 1 000 « Payfitters » d'ici fin 2021.

Expansion internationale : PayFit veut continuer sa conquête de l'Europe, cela passera l'ouverture de bureaux en Italie.





Human Capital



www.talentsoft.com



2007



Boulogne Billancourt (92), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Jean-Stéphane ARCIS
Co-fondateur & CEO

Alexandre PACHULSKI
Co-fondateur & Directeur Général
Produit

Joël BENTOLILA
Co-fondateur & CTO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Bpifrance
- Francisco Partners
- Goldman Sachs
- Highland Europe
- Seventure

Caractéristiques de la société

Conformité

- Talentsoft garantit une conformité avec les principales réglementations de protection des données (i.e. RGPD en Europe) ainsi que la sécurité des données sensibles traités à travers ses partenaires Cloud

Positionnement

- La solution se pose comme une plateforme « as a service » (iPaaS) intégrant à la fois différentes solutions RH existantes au sein de ses clients, mais également les solutions d'autres prestataires afin de mieux gérer les données
- Talentsoft intègre notamment Microsoft Teams au sein de sa plateforme
- La société offre une solution très flexible, pour s'adapter aux enjeux spécifiques de ses clients, à la fois au niveau mondial et local

44



<2016

2017

2018

45



2019



Description de la société

Aligner les aspirations de ses collaborateurs et potentielles recrues aux enjeux de sa société nécessite à la fois l'accès à des données sur leurs aspirations et performance de manière continue, un traitement analytique adapté et une meilleure collaboration interne.

Dans cette optique, Talentsoft a développé une plateforme, hébergée en cloud, permettant d'unifier au niveau mondial les activités RH, tout en s'adaptant aux spécificités locales : ses solutions allant du recrutement de talents à la gestion de carrière, en passant par les formations, les analyses de performance et la gestion des salaires, notamment dans ses dimensions variables.

La société propose entre autre des solutions de conversation continues entre candidats, salariés, managers et supports RH afin de fournir des grilles d'analyse en continue, rompant ainsi avec les visions annuelles obtenues lors d'entretiens classiques. Collectant ainsi des données sur les performances et aspirations personnelles, ses algorithmes permettent de mettre en avant les futurs talents, d'identifier les compétences permettant de servir au mieux les objectifs de développement des entreprises clientes. Ils identifient également les besoins de compétences tout en proposant des solutions de formation, de promotion interne ou de recrutement pour les combler.



Croissance

Faits notables

- En 2019, Talentsoft a réalisé un chiffre d'affaires supérieur à 80 millions d'euros (+30% vs 2018), être déjà profitable et vise 100 M€ en 2020
- La société a pour client plus de 2200 sociétés dont des grands groupes : - CAC 40 (Capgemini, Crédit Agricole, Dassault, PSA, Orange, Safran, Vinci...) - Français non cotés (SNCF, FDJ, La Poste) - Et étrangers (El Corte Inglés, KLM, Air Canada...)
- Talentsoft a intégré 230 nouveaux clients de 50 pays en 2019
- La société compte plus de 11 millions d'utilisateurs début 2020
- En 2019, la société a été lauréate du Grand Prix aux Trophées des Futures Licornes ainsi que partenaire de l'année en France par Microsoft
- **Covid-19** : la société a assuré la gratuité des formations Talentsoft Academy à l'ensemble de ses clients durant la pandémie. Talentsoft a été identifiée comme solution critique face à la crise par l'administration française

Internationalisation

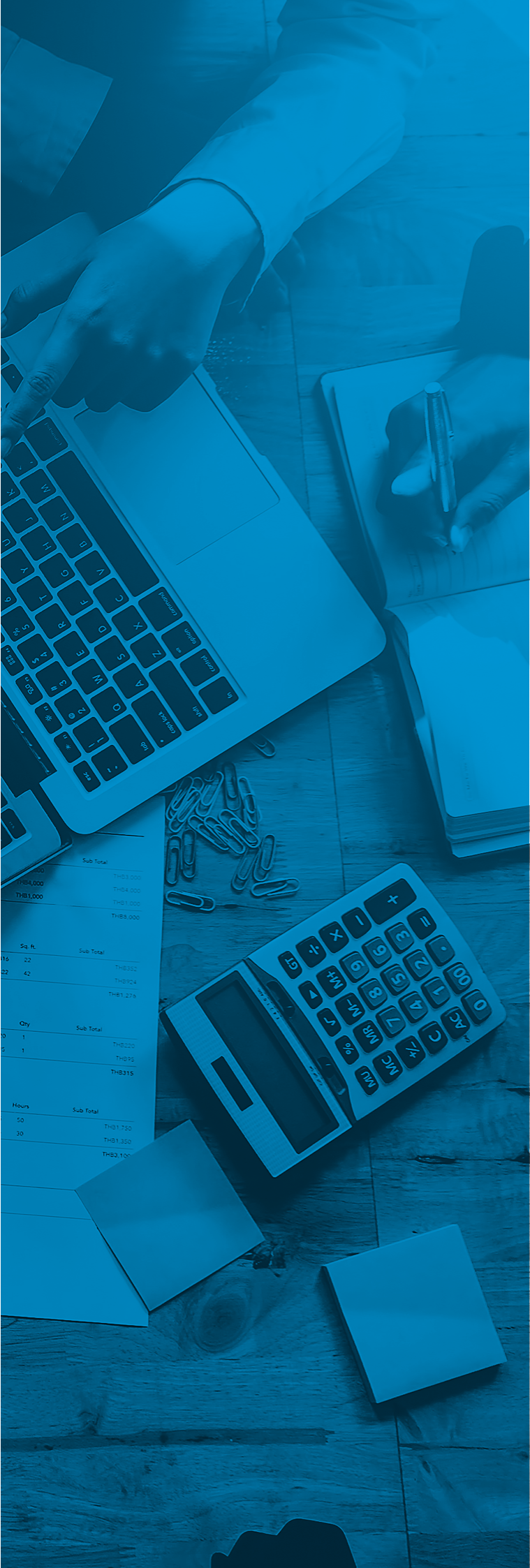
- 40% du chiffre d'affaires de la société est réalisé à l'étranger depuis leurs différents locaux en Europe, au Canada et en Israël
- Les solutions de la société sont utilisées dans plus de 130 pays et sont disponibles en 27 langues



Levées de fonds (89 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : la dernière levée de fonds avait pour objectif la transformation du modèle SaaS en une marketplace (iPaaS) ouverte à des centaines de développeurs externes ainsi que l'intégration d'une utilisation centrée sur les collaborateurs et plus uniquement sur les métiers RH.

Force commerciale : la société compte capitaliser sur son expérience internationale afin d'accompagner les grands comptes dans leurs déploiements internationaux.



FICHES SOCIÉTÉS MARTECH



AB Tasty



Martech



www.abtasty.com



2011



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Alix DE SAGAZAN
Co-fondateur & CEO

Rémi AUBERT
Co-fondateur & Président

Effectifs



Principaux investisseurs

- Bpifrance
- Crédit Mutuel Innovation
- Groupe Siparex
- Kima Ventures
- Korelya Capital
- Omnes Capital
- Partech Ventures
- Swen Capital
- XAnge

Caractéristiques de la société

Technologie

- Le traçage et l'analyse de l'utilisation s'effectue à travers des outils de cartographie des clics, d'enregistrement vidéo
- Les tests sont effectués sur des répliques du site / de l'application original(e) intégrant des variations afin de déterminer celles qui optimisent la conversion (A/B/n testing)

Positionnement

- AB Tasty propose une approche scientifique du marketing associé à l'optimisation de l'expérience utilisateur
- La société affirme que ses solutions accélèrent considérablement le Time-To-Market du déploiement des campagnes marketing et applications par la richesse technologique de la plateforme, véritable support des équipes de ses clients



Description de la société

Pour industrialiser l'optimisation de l'expérience utilisateur en vue d'améliorer la conversion, l'engagement et la fidélité des clients, AB Tasty a développé des plateformes dédiées aux équipes marketing et produit, pour simplifier l'analyse continue des usages, les tests d'optimisation et les déploiements d'améliorations et de fonctionnalités nouvelles, et ce, sans compétences techniques spécifiques.

Son offre dédiée à l'optimisation des sites web permet à ses clients de créer rapidement un environnement de tests en miroir, sur lesquels le parcours utilisateur est tracé et analysé afin de déployer une version du site optimisant la conversion recherchée (inscription, achats...). De plus, cette offre s'est enrichie d'une solution fondée sur de l'Intelligence Artificielle permettant de segmenter l'audience d'un site Internet et de proposer automatiquement un contenu et des recommandations de produits personnalisés de manière prédictive. La solution d'AB Tasty permet également de différencier l'audience selon son niveau d'engagement pour offrir une expérience utilisateur appropriée afin d'augmenter le niveau de conversion souhaité.

Sur un principe similaire, son offre dédiée à l'optimisation de l'expérience utilisateur sur des applications mobiles, Flagship, permet de réduire pour ses clients le time-to-market de déploiement de nouvelles fonctionnalités. Pour cela, les équipes produisent les « flaguer » pendant la phase de tests miroirs afin de contrôler ou personnaliser leur déploiement auprès des utilisateurs finaux. Enfin, la société permet de catégoriser l'audience cible et de gérer un déploiement progressif des nouvelles fonctionnalités afin de minimiser les risques marketing.



Croissance

Faits notables

- AB Tasty revendique parmi ses 900 clients de nombreux grands comptes dont L'Oréal, Allianz, Heineken, Disneyland Paris, Suez, Voyages-SNCF, La Poste, Carrefour, PSA, McDonald's, ou encore Cdiscount
- La société affirme connaître une hyper-croissance avec un chiffre d'affaires qui augmente de 70 à 100 % chaque année
- AB Tasty a remporté de nombreux prix dont le E-commerce Awards en 2015
- **Covid-19** : durant la crise sanitaire, la société a observé une croissance considérable des campagnes en ligne se traduisant par une croissance de 50% des données collectées durant les tests. Si la signature de nouveaux clients a été ralentie durant les deux premières semaines, elle a fortement repris par la suite.

Internationalisation

- AB Tasty possède des bureaux à Paris, Nantes, Londres, Cologne, Berlin, Madrid, New York, San Francisco et Singapour



Levées de fonds (59,1 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Ayant fortement enrichi son offre depuis quelques années, la société souhaite encore accélérer la valeur apportée à ses clients et a pour ambition de renforcer à nouveau ses équipes de R&D.

Expansion internationale : la société souhaite apporter un nouveau coup d'accélérateur à sa croissance américaine, déjà soutenue.

Croissance externe : AB Tasty envisage une stratégie de croissance désormais plus offensive et regarde activement les dossiers d'acquisition pour enrichir son offre.



Martech



www.akeneo.com



2012



Nantes (44), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Frédéric de GOMBERT
Co-fondateur & CEO

Nicolas DUPONT
Co-fondateur & VP Engineering

Yoav KUTNER
Co-fondateur & Advisor

Effectifs



Principaux investisseurs

- Alven Capital Partners
- Kima Ventures
- Nestadio Capital
- Partech Ventures
- Salesforce Ventures
- Summit Partners

Caractéristiques de la société

Partenariat

- La société déploie ses différentes solutions grâce à l'aide de ses partenaires. Ils sont en mesure d'intégrer Akeneo avec le système d'informations via des connecteurs personnalisés, portent assistance au client et les aident à établir la base de leur catalogue

Positionnement

- La plateforme SaaS d'Akeneo s'adresse à des commerçants aussi bien dans une stratégie BtoB que BtoC



Description de la société

Alors que le développement de stratégies marketing très personnalisées, associées à la multiplication des canaux de distribution nécessite une information produit riche, cohérente et contextualisée, la multiplicité des sources et de la nature de celle-ci engendre une perte de données pénalisant l'expérience client et la visibilité des distributeurs et fournisseurs.

Face à ces lacunes, Akeneo a développé une plateforme PIM dédiée à la gestion de l'information produit pour les distributeurs et producteurs, à la fois sur son contenu technique mais également marketing. Elle permet d'unifier les informations produits, quels que soient les supports de vente (application mobile de la marque, marketplaces, catalogue papier).

En effet, nourrie à partir de sources de données multiples, la solution PIM (Product Information Management) d'Akeneo permet de centraliser l'ensemble de ces informations, puis de les normaliser, structurer et actualiser automatiquement. Dès lors, les utilisateurs peuvent gérer les données produits, et notamment en enrichir le contenu (images, multimédia), tout en associant ce dernier à des canaux de distribution spécifiques.

Pour faciliter les activités de constitution de l'information produit par les distributeurs, Akeneo a développé des outils complémentaires :

- « Onboarder », un intégrateur pour que les fournisseurs de ses clients transmettent directement leurs données produits, qui seront intégrées à Akeneo PIM.
- « Franklin », une solution basée sur de l'Intelligence Artificielle qui alimente une bibliothèque de plus de 50 millions de produits, automatise le processus de curation client et enrichit les informations produits du catalogue client.



Croissance

Faits notables

- En 2019, Akeneo a enregistré un taux de croissance à trois chiffres, et ce pour la sixième année consécutive
- La société enregistre plus de 60 000 implémentations et revendique plus de 300 clients « Grands-Comptes » dont Sephora, Fossil et Auchan dans le cadre de leurs stratégies de ventes omnicanales et internationales
- **Covid-19** : Akeneo a mis en place des programmes de formation en ligne pour l'usage de ses solutions durant la crise sanitaire

Internationalisation

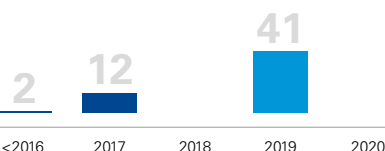
- La société dispose de bureaux à Nantes, Londres, Düsseldorf ainsi que dans l'état du Massachusetts aux États-Unis
- Akeneo a réalisé près de 20% de son chiffre d'affaires aux États-Unis en 2018



Levées de fonds (55 M€ au total) et objectifs de développement

Expansion internationale : Akeneo souhaite accélérer son développement à l'international, en particulier aux États-Unis, où la société souhaite réaliser 50% de son chiffre d'affaires d'ici 2021.

Développement produit : Akeneo a l'intention de renforcer ses équipes de R&D afin d'enrichir ses services en Data Intelligence.





Lauréat 2019



CONTENTSQUARE



Martech



www.contentsquare.com



2012



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Jonathan CHERKI
Fondateur & CEO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Investisseurs institutionnels : BlackRock, Hermes GPE, KKR, Bpifrance, Eurazeo,
- Venture Capital : Canaan Partners, H14, Highland Europe

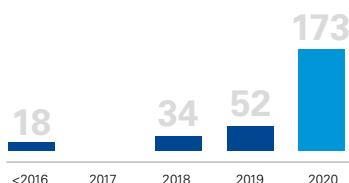
Caractéristiques de la société

Mode de commercialisation

- ContentSquare commercialise sa solution sous le mode SaaS, permettant de la déployer plus rapidement chez ses clients et de bénéficier d'une flexibilité d'expansion commerciale - contrat de 2 à 3 ans

Positionnement

- ContentSquare se différencie par l'analyse de nouvelles données (mouvements de souris, interactions mobiles), sa rapidité d'implémentation (quelques heures), sa simplicité d'utilisation (en 1 clic), ses recommandations automatiques (grâce à l'Intelligence Artificielle), et son benchmark mondial de données comportementales



Description de la société

Reconnue par le cabinet américain Gartner comme l'une des technologies les plus innovantes au monde, ContentSquare est une plateforme SaaS qui permet aux marques de créer les meilleures expériences digitales sur leurs sites web, mobile et Apps.

Sa technologie collecte des milliards de mouvements de souris et d'interactions Mobile, afin d'analyser le parcours des utilisateurs, d'identifier les points de friction, de mesurer la performance des contenus (textes, images, vidéos), et de comparer l'impact des prix et la pertinence des produits.

ContentSquare transforme ces données en recommandations, qui permettent aux entreprises de prioriser leurs décisions, et d'augmenter leur conversion et leur chiffre d'affaires. Toutes les informations collectées sont anonymes et respectent l'ensemble des règles de protection des données personnelles (GDPR en UE, CCPA en Californie,...).



Croissance

Faits notables

- Depuis sa création en 2012, ContentSquare connaît une croissance significative. En 2019, son chiffre d'affaires a augmenté de plus de 200 %, avec une accélération forte en Amérique du Nord (40 % de son activité), en Europe (55 % au total) et en Asie
- ContentSquare compte plus de 700 clients à travers le monde, dont 30 des 100 plus grandes entreprises mondiales. On peut notamment retrouver : Microsoft, Dell, Walmart, Ikea, BestBuy, H&M, Toyota, Tmobile, Salesforce, Carrefour, LVMH, Clarins, American Express
- ContentSquare analyse chaque jour 10 000 milliards d'interactions client et près d'1,4 milliard de dollars de transactions en ligne, soit l'un des plus grands benchmarks de données comportementales au monde
- En 2019, ContentSquare a fait l'acquisition de Clicktale, son principal concurrent aux États-Unis, et de Pricing Assistant, solution d'analyse des prix et des produits
- Avec 200 personnes en R&D, ContentSquare place l'innovation au coeur de sa stratégie

Internationalisation

- ContentSquare possède des bureaux à Paris, Londres, New-York, San Francisco, Munich, Tel Aviv, Tokyo et Singapour



Levées de fonds (277 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : ContentSquare compte renforcer sa R&D afin d'être à la pointe de l'Intelligence Artificielle et de l'analyse prédictive.

Expansion internationale : la société souhaite étendre ses services à de nouvelles régions notamment en Asie et au Moyen-Orient.

Croissance externe : ContentSquare compte accélérer son développement par l'acquisition de solutions adjacentes et complémentaires afin d'innover encore plus vite et plus efficacement.



Martech



www.s4m.io



2011



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Christophe COLLET
Co-fondateur & CEO

Guillaume MARCILHAC
Co-fondateur & COO

Augustin AMANN
CPO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Arkéa Capital
- Bpifrance
- Entrepreneur Venture
- Sofiouest SA

Caractéristiques de la société

Technologie/acquisition des données

- L'approche révolutionnaire S4M applique la méthode scientifique de l'incrémentalité au « digital advertising ». Elle est fondée sur de l'Intelligence Artificielle et permet de mesurer et d'optimiser en temps réel l'ensemble des indicateurs d'une campagne publicitaire (visites incrémentales, etc...), qu'ils soient online comme offline, via les données de localisation. Elle vérifie ensuite l'exactitude de ses données par des tiers indépendants

Positionnement

- S4M se distingue par sa capacité à mesurer l'impact sur les ventes physiques de campagnes de ventes digitales et l'intégration de tiers indépendants permettant d'en évaluer les performances

7,3

10

<2016 2017 2018 2019 2020



Description de la société

L'avènement du « performance marketing » permet de payer uniquement pour les transactions réussies, qu'il s'agisse d'une vente, d'un prospect ou d'un clic. Toutefois, cette notion effective pour ventes en ligne est difficilement applicable pour des ventes physiques.

C'est dans cette perspective que S4M propose une plateforme intégrée drive-to-store, intitulée FUSIO, qui permet de gérer et d'évaluer des campagnes publicitaires sur mobile, dont l'objectif est d'augmenter le nombre de consommateurs qui se rendent physiquement chez les commerçants (visites incrémentales).

La plateforme de la S4M intègre la segmentation de l'audience cible et identifie des détenteurs de mobiles correspondant à ces critères. Dès lors, les campagnes sont poussées auprès de ces cibles, selon leur proximité géographique avec les magasins, et contiennent notamment des itinéraires pour accéder au distributeur le plus proche.

Tout au long de la campagne, S4M utilise sa technologie de géolocalisation Dynamic Catchment Area pour optimiser l'impression de la campagne digitale en ciblant les zones à forte saturation d'acheteurs potentiels dans un temps de trajet optimal vers les distributeurs. Les informations sur le comportement de ces cibles sont collectées afin de reproduire des « zones de chalandise » pour cibler de nouveaux consommateurs.

Pendant ce processus, des groupes témoins sont générés par les algorithmes de S4M, afin de permettre à des tiers indépendants de valider ou non de l'efficacité réelle de la campagne sur l'attraction des cibles au sein des magasins.



Croissance

Faits notables

- L'entreprise vise la barre des 100 millions de dollars de chiffre d'affaires à l'horizon 2020
- L'entreprise revendique plus de 5 000 campagnes publicitaires délivrées chaque année
- La société offre ses services à plus de 600 annonceurs dans le monde entier, parmi lesquels elle compte notamment Renault, L'Oréal, Subway ou encore Levi's
- Début 2020, S4M annonce un partenariat stratégique avec Proxistore, spécialiste de la publicité digitale locale sur le web

Internationalisation

- La société est présente en France et en Europe (Italie, Espagne, Royaume-Uni, Benelux) mais aussi aux États-Unis (New York et Miami) ou en Asie à Singapour à travers 10 bureaux



Levées de fonds (17,3 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : ces fonds permettront à S4M d'accélérer le développement technologique de FUSIO by S4M, notamment en ajoutant des fonctionnalités d'Intelligence Artificielle.

Expansion internationale : la société entend renforcer son influence à l'international, principalement aux États-Unis.



FICHES
SOCIÉTÉS
MOBILITY TECH



HEETCH



Mobility Tech



www.heetch.com



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Teddy PELLERIN

Co-fondateur & CEO

Mathieu JACOB

Co-fondateur & CPO

Nicolas LAPOMARDA

Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- AfricInvest Group
- Alven Capital Partners
- Cathay Capital Private Equity
- Felix Capital Partners
- Idinvest Partners
- Kima Ventures
- Swen Capital Partners
- TheFamily
- Total Carbon Neutrality Ventures
- Via-ID

Caractéristiques de la société

Remontée

- Condamnée en 2016 sur l'usage de chauffeurs particuliers, la société a su rembourser ses dettes légales et renouer avec la croissance de ses activités tout en adaptant son modèle d'affaires

Positionnement

- Heetch vise la population des 18-30 ans, afin de leur assurer des trajets plus sécurisés, en accord avec leur budget
- La société affirme être la seule application française parmi les leaders du secteur



Description de la société

La Mobility Tech est un enjeu majeur des espaces urbains et périurbains de ces prochaines années.

Créée en 2013, Heetch s'est fait connaître du grand public comme étant une application VTC où les chauffeurs étaient des particuliers.

Depuis, la société a changé sa politique en recourant uniquement à des professionnels certifiés mais a gardé sa volonté de s'adresser à un public jeune via des tarifs attractifs. Ces tarifs s'expliquent par une faible commission prélevée par Heetch au regard des taux appliqués sur le marché VTC.

Implantée dans neuf villes françaises, la société a très vite décidé de s'internationaliser en offrant ses services à Casablanca, Rabat et Marrakech.



Croissance

Faits notables

- Heetch générerait près de 100M€ de volume d'affaires, pour 15M€ de revenus en 2019
- En 2018, la société revendiquait près de 12 000 chauffeurs dont 8 000 actifs hebdomadaires sur son application en France
- Toujours en 2018, le nombre de trajets hebdomadaires effectués en France atteignaient un nombre proche des 100 000
- **Covid-19** : Heetch communique avoir perdu entre 80% et 85% de ses activités par semaine durant la crise sanitaire. Pour autant, la société a fait preuve de solidarité envers les chauffeurs VTC par la constitution d'un fonds d'un demi-million d'euros, abondé par les commissions habituellement perçues, avec pour objectif la constitution de kits sanitaires pour assurer des trajets plus sécurisés

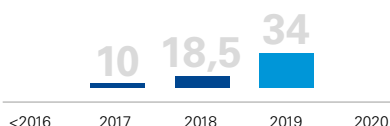
Internationalisation

- La société exerce son activité en Europe et en Afrique, en effet il est possible d'utiliser son application en France, en Belgique, au Maroc, en Algérie et en Côte d'Ivoire



Levées de fonds (62,5 M€ au total) et objectifs de développement

Expansion internationale : les fonds levés seront utilisés pour le développement de leur projet en Afrique.



SHIPPEO



Mobility Tech



www.shippeo.com



2014



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Pierre KHOURY
Co-fondateur & CEO

Lucien BESSE
Co-fondateur & COO

David BARRE
Co-fondateur & CTO

Brice HUA
Co-fondateur & VP Product

Thibaut MORLOT
Co-fondateur & VP Operations

Jean-Bastien DUSSART
Co-fondateur & VP Marketing

Effectifs



Principaux investisseurs

- Bpifrance
- ETF Partners
- Kerala Ventures
- Le Studio VC
- NGP Capital
- Otium Capital
- Partech

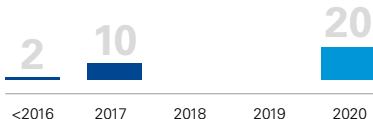
Caractéristiques de la société

Marché

- Shippeo se positionne sur un marché de plus de 300 milliards d'euros en Europe, dont le niveau de digitalisation est encore très faible, en partie du fait de sa forte fragmentation

Positionnement

- La société se positionne sur la partie amont du transport B2B et non sur la livraison de colis aux particuliers
- Shippeo a développé des partenariats avec les principaux constructeurs automobiles routiers et fournisseurs de systèmes de gestion logistique afin d'assurer rapidement et aisément l'acquisition de données nécessaires à la fourniture de ses services



Description de la société

Alors que le suivi en temps réel de la livraison colis est devenu une fonctionnalité commune pour les plateformes de marché grand public, il reste difficilement appliqué dans le transport BtoB, en raison de la forte fragmentation du marché des transporteurs, utilisés tout au long de la chaîne de sous-traitance de livraison. Situation paradoxale pour un secteur ayant adopté très vite des solutions technologiques (trackers, GPS ...) produisant des millions de données quotidiennes.

Afin de fluidifier la Supply Chain de ses clients, Shippeo a développé une plateforme connectant l'ensemble de ces données, permettant de suivre en temps réel le transport de marchandises, depuis le fret maritime jusqu'au transport de colis en passant par le transport routier. Associée à son algorithme prédictif d'ETA (Estimated Time Arrival) basé sur du Machine Learning, la plateforme fournit une estimation précise des heures d'arrivée des différents transporteurs.

Forte de ces éléments, la solution de Shippeo fournit une vision cartographiée de l'état du transport de marchandises de ses clients et les alerte automatiquement sur les livraisons à risque, pesant sur la performance de leur Supply Chain. Disposant d'une meilleure traçabilité, ces derniers peuvent donc s'adapter proactivement aux imprévus.



Croissance

Faits notables

- Shippeo revendique une croissance de 300% en 2019 (chiffre d'affaires non communiqué)
- La société suit plus de 5 millions de chargements par an à travers 140 000 transporteurs présents dans 62 pays, et une connection à plus de 500 systèmes de géolocalisation (télématiques, TMS ...)
- Shippeo compte parmi ses clients plus de 50 grands donneurs d'ordre industriels (Schneider Electric, Faurecia) et des grands distributeurs (Leroy Merlin, Carrefour)
- Shippeo revendique une précision de ses estimations d'heures d'arrivée de 98% ainsi qu'un taux d'attrition de 0%
- **Covid-19** : grâce à sa technologie de suivi du transport en temps réel, Shippeo a créé une carte européenne interactive permettant de suivre quotidiennement la reprise de l'activité économique à travers la supply chain, consultable gratuitement

Internationalisation

- Shippeo dispose de 7 bureaux en Europe (Paris, Londres, Düsseldorf, Milan, Amsterdam, Madrid et Stockholm), mais est présente dans plus de 62 pays
- La société a généré plus de 75% de sa croissance à l'étranger en 2018



Levées de fonds (32 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : 150 nouvelles recrues (notamment des data-scientists, commerciaux, et développeurs) permettront à la jeune pousse de tripler ses investissements en R&D dans l'Intelligence Artificielle et l'automatisation.

Expansion internationale : Shippeo prévoit de renforcer sa position sur le marché européen en multipliant par cinq sa base clients.



Mobility Tech



www.vulog.com



2006



Nice (06), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Grégory DUCONGÉ
CEO

François COLON
CTO

Renaud BONNEVIALLE
CFO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Bpifrance
- ETF Partners
- Frog Capital
- Inven Capital

Caractéristiques de la société

Innovation

- Vulog est à la pointe de l'innovation sur les problématiques d'Intelligence Artificielle appliquée à la mobilité partagée (optimisation de la flotte, de la recharge des véhicules électriques, du positionnement des véhicules)
- Vulog a lancé Vulog Labs, laboratoire destiné à l'innovation dans la mobilité partagée et à la transition vers les véhicules autonomes

Positionnement

- Vulog se positionne comme le leader mondial des technologies de mobilité partagée. Elle collabore notamment avec des constructeurs automobiles, loueurs, assureurs, fournisseurs d'énergie, start-up et équipe principalement des véhicules électriques (90%)
- La société a développé un partenariat avec Renault pour équiper les ZOE de sa technologie dès la production en usine



Description de la société

La mobilité partagée et électrique est souvent présentée comme une solution face aux enjeux environnementaux liés à l'urbanisation croissante et intense dans le monde, la congestion des transports, la pollution générée et les coûts croissants des transports qui lui sont associés.

Pour en favoriser le déploiement, Vulog a développé une plateforme de « Mobility as a Service », AiMA (Artificial Intelligence Mobility Applied), fournissant une solution complète aux opérateurs de mobilité: gestion de la flotte et des utilisateurs, outils de business intelligence pour optimiser les opérations, applications mobiles en marque blanche et technologie embarquée dans les véhicules afin d'y accéder depuis un simple smartphone. Cela permet à tout opérateur de lancer et de gérer simplement et rapidement son propre service d'autopartage, de location de véhicules et de micromobilité. Leader sur son marché, Vulog fournit sa solution aux plus grands acteurs du marché.



Croissance

Faits notables

- Plus de 20 millions de trajets en mobilité partagée par an sont réalisés sur la plateforme AiMA de Vulog. Ses clients opèrent dans plus de 30 villes, parmi les plus grandes du monde (Paris, Madrid, Berlin, Vancouver, Los Angeles, Washington DC, Seattle, ...). Toutes les 2 secondes, un nouveau trajet commence sous la gestion de sa plateforme
- Vulog connaît une croissance importante depuis 3 ans (de l'ordre de 50% par an) et a une position unique pour bénéficier de l'explosion du marché dans les prochaines années
- Vulog compte parmi ses clients de grands constructeurs automobiles tels que Volkswagen, Groupe PSA, Kia, et Hyundai
- En 2020, Vulog a signé un partenariat technologique avec Citymapper, la première application de déplacements urbains et de calculs d'itinéraires qui agrège les options de transports privés et publics dans plus de quarante villes à travers le monde pour proposer sa solution en option et élargir sa clientèle
- **Covid-19** : la crise du COVID est un véritable accélérateur de la mobilité partagée à moyen terme grâce à une prise de conscience accrue des problématiques environnementales et de l'impératif de diminuer la place du véhicule personnel dans nos villes. Ainsi Vulog s'attend à une forte accélération de sa croissance dans les prochaines années

Internationalisation

- Avec des projets sur 5 continents, la société réalise 90 % de son chiffre d'affaires à l'export
- Vulog possède des bureaux en France, au Canada, aux États-Unis et en Chine
- Sa plateforme AiMA est déjà utilisée dans de nombreux services majeurs comme Evo à Vancouver, emov et Wible à Madrid, Free2Move à Paris et Washington DC, WeShare à Berlin, Aimo à Stockholm



Levées de fonds (27,1 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Vulog enrichit continuellement son offre produit afin de proposer à ses clients des solutions qui couvrent les différents besoins de mobilité partagée. Ainsi en plus de l'autopartage grand public, Vulog propose aujourd'hui des solutions d'autopartage en entreprise, de micromobilité et de location au mois (abonnement de mobilité). Enfin les outils d'Intelligence Artificielle développés par Vulog contribuent à fortement améliorer la rentabilité des acteurs de la mobilité.

Expansion internationale : Vulog est aujourd'hui présent sur cinq continents avec de nombreux projets en Europe et en Amérique du Nord. VulogA est également présent en Chine, en Océanie et Amérique du Sud. L'ouverture de nouveaux bureaux à Toronto, San Francisco et Shanghai ont fortement contribué à ce développement.

9,6 17,5

<2016 2017 2018 2019 2020



FICHES
SOCIÉTÉS
SUSTAINABILITY
TECH ET ENERGIE



backmarket



Sustainability Tech et Energie



www.backmarket.fr



2014



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Thibaud HUG DE LARAUZE
Co-fondateur & CEO

Quentin LE BROUSTER
Co-fondateur & CTO

Vianney VAUTE
Co-fondateur & CCO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Aglaé Ventures (groupe Arnault)
- Daphni
- Eurazeo
- Goldman Sachs Growth

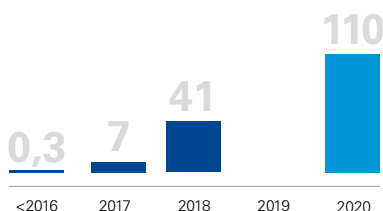
Caractéristiques de la société

Enjeux des places de marché

- Back Market se présente comme la première place de marché de produits tech reconditionnés
- La société a atteint une taille de réseau suffisante en Europe pour attirer clients et reconditionneurs, tout en sélectionnant ces derniers pour ne retenir que la moitié des candidatures

Positionnement

- La plateforme de Back Market se positionne comme tiers de confiance entre les clients finaux et les usines et ateliers de reconditionnement
- En ce sens, la société a développé un label de qualité pour les reconditionneurs
- Back Market propose une offre étendue d'appareils électroniques et électroménagers
- La société intègre également un service de reprise des appareils des consommateurs, rachetés par les reconditionneurs



Description de la société

Back Market s'inscrit dans la vague de l'économie circulaire avec pour objectif de démocratiser l'achat de produits électriques et électroniques reconditionnés. La plateforme propose ainsi au grand public une véritable alternative à l'achat de neuf, luttant ainsi contre le gâchis électronique (e-Waste) ayant explosé ces dernières années. Pour cela, la société a développé une place de marché intégrant des milliers de produits tech reconditionnés par des professionnels vérifiés, dont le nombre de catégories et de références sont en continuelle expansion.

Au-delà de la richesse de l'offre et des garanties sur les produits, Back Market a créé des processus au service de la confiance des consommateurs :

- les produits sont vendus par un réseau de reconditionneurs vérifiés et suivis quotidiennement par les équipes qualité de Back Market, via l'analyse de leur data ou encore avec des commandes mystères effectuées chaque jour
- les notes attribuées par les clients, sont affichées afin de garantir plus de transparence.



Croissance

Faits notables

- Le marché mondial du reconditionné est estimé à 50 milliards d'euros, dont 22 milliards pour les smartphones, pour 140 millions d'appareils vendus (+13% vs 2016 contre + 3% de croissance sur le marché du neuf)
- La société ne communique plus sur son volume d'affaires (230 M€ en 2018) mais assure connaître une croissance annuelle moyenne à trois chiffres, et prélèverait une commission entre 10% et 15%
- Back Market compte aujourd'hui plus de 3 millions de clients
- La plateforme rassemble plus de 1200 reconditionneurs partenaires, mettant à disposition des centaines de milliers de produits électriques et électroniques
- La société a développé des partenariats avec Apple, Bosch, Devialet et Dyson afin de commercialiser leurs produits depuis sa plateforme
- Les appareils commercialisés sur Back Market sont désormais garantis 1 an minimum, avec un délai de rétractation de 30 jours (certains marchands proposaient déjà une garantie pouvant aller jusqu'à 24 mois)
- **Covid-19** : Back Market, qui communique sur une croissance quasiment doublée depuis le début de la crise sanitaire, a pu conserver 80% de ses 1 000 reconditionneurs européens et compenser les difficultés logistiques rencontrées par des acteurs traditionnels au moyen de son propre service de transporteurs intégrés, lancé en 2019

Internationalisation

- Présence dans 9 pays : France, Espagne, Allemagne, Italie, Belgique, Pays-Bas, Royaume-Uni, Autriche et États-Unis
- Le chiffre d'affaires aux États-Unis a doublé pendant le confinement



Levées de fonds (158,3 M€ au total) et objectifs de développement

Développement commercial : la société compte tripler ses effectifs dédiés au contrôle qualité afin d'améliorer la satisfaction clients.

Expansion internationale : Back Market entend consolider sa position sur les marchés européens (Allemagne et Royaume-Unis) et accélérer davantage sa conquête du marché américain, pénétré depuis 2018.

ecovadis



Sustainability Tech et Energie



www.ecovadis.com



2007



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Pierre-François THALER
Co-fondateur + Co-CEO

Frédéric TRINEL
Co-fondateur + Co-CEO

Effectifs



Principaux investisseurs

- Bain & Company
- CVC Capital Partners
- Partech Ventures
- Zobito AB

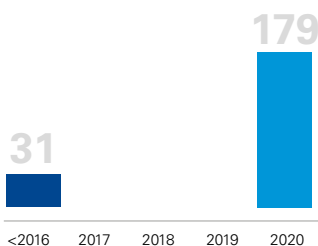
Caractéristiques de la société

Expertise

- L'équipe d'analystes est composée de plus de 150 professionnels expérimentés de la RSE et polyglottes qui ont suivi une formation interne de 4 à 6 mois dans l'université EcoVadis avant d'entrer en contact avec les clients

Positionnement

- En support à la mise en place et à l'animation d'une plateforme collaborative de partage d'information sur les pratiques RSE des fournisseurs, EcoVadis se positionne comme tiers de confiance par la tenue d'évaluations sur de multiples sources et l'attribution de médailles récompensant les entreprises les plus engagées et performantes en RSE



Description de la société

Aujourd'hui, le prix n'est plus l'unique facteur dans la décision d'achat : les exigences RSE sont en augmentation. Pour réduire le risque, piloter l'innovation et favoriser la transparence et la confiance entre partenaires commerciaux, EcoVadis a développé une plateforme collaborative qui permet aux entreprises d'évaluer la performance environnementale et sociale de leurs fournisseurs.

Cette plateforme de notation, délivrée en SaaS, permet de diminuer les risques en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et d'encourager les éco-innovations au sein de leur chaîne d'approvisionnement.

Les fournisseurs remplissent un questionnaire en ligne avec des informations sur leurs pratiques qui sont ensuite vérifiées à l'aide d'un logiciel d'analyse basé sur le Machine Learning, qui compare les résultats avec une multitude de sources, comme des ONG, des rapports d'audit ou encore diverses bases de données.

L'entreprise couvre 198 catégories d'achat à travers 21 indicateurs RSE construits à partir des normes internationales telles que les principes du Pacte Mondial des Nations Unies, les conventions de l'OIT, les normes de la Global Reporting Initiative (GRI) ou encore les principes directeurs de l'ONU relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme. Les fiches d'évaluations couvrent l'environnement, les normes sociales et les droits de l'homme, l'éthique ainsi que les politiques d'achats responsables. Elles sont ensuite accessibles à toute la communauté dans une logique de meilleure sélection et d'opportunité d'amélioration pour les fournisseurs.



Croissance

Faits notables

- À ce jour, la plateforme de notation d'EcoVadis est utilisée par plus de 65 000 fournisseurs et 450 grands acheteurs (dont 70% du CAC40) dans 160 pays, à l'image de L'Oréal, Nestlé et Heineken
- L'entreprise a connu une croissance annuelle de 40% sur les 5 dernières années
- **Covid-19** : la société a maintenu son salon Sustain 2020 dédié aux achats responsables, par solution virtuelle, permettant d'intégrer près de 1 600 visiteurs uniques de 57 pays différents contre 700 visiteurs en moyenne

Internationalisation

- L'entreprise dispose de bureaux en France, au Japon, en Allemagne, au Canada, au Royaume-Uni, en Chine, en Australie, en Tunisie, à Maurice ou encore en Pologne et souhaite accélérer son internationalisation aux États-Unis où elle est déjà implantée à New York et San Francisco, et en Asie
- Les États-Unis pèsent aujourd'hui plus de 20% du chiffre d'affaires de la société
- L'équipe est composée de plus de 40 nationalités différentes



Levées de fonds (210 M€ au total) et objectifs de développement

Expansion internationale : EcoVadis souhaite poursuivre son développement à l'international, principalement aux États-Unis et en Asie, en recrutant 200 employés au cours de l'année



Tech Pulse 2019



KAYRROS



Sustainability Tech et Energie



www.kayrros.com



2016



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Antoine ROSTAND

Fondateur & CEO

Simone PUGLIESE

COO

Antoine HALFF

Fondateur

Jean-Michel LASRY

Fondateur

Laurent EL GHAOUI

Fondateur

Alexandre d'ASPREMONT

Fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- Altasinvest
- Cathay Innovation
- Index Venture
- Korelya Capital
- Primwest

Caractéristiques de la société

Maîtrise des données

- La société a collecté plus de 2 péta (2e+6 Giga) de données en provenance de sources multiples (images satellites, données GPS, mobiles, réseaux sociaux) fiabilisés automatiquement par ses algorithmes
- Kayrros fournit des données en temps réel pour des prises de décisions fondées sur davantage d'éléments quantitatifs, fiabilisés par un traitement machine (Machine Learning)

Positionnement

- Kayrros répond à un besoin pressant de mesure précise et en temps réel des externalités négatives des émissions polluantes par les régulateurs, investisseurs, ONG, opérateurs et consommateurs
- Historiquement positionnée sur l'industrie pétrolière, la société suit et quantifie désormais les fuites de méthane, deuxième gaz à effet de serre derrière le CO₂, pour aider ses clients à réduire leur empreinte environnementale



<2016 2017 2018 2019 2020



Description de la société

Complexes et sensibles, les marchés clés tels que l'énergie engendrent une opacité à l'origine d'inefficiences opérationnelles fortement polluantes, qui sont de plus en plus remises en question par les acteurs sur l'ensemble de la chaîne de valeur (Investisseurs, Opérateurs, Régulateurs, ONGs, Consommateurs).

Face à cela, Kayrros a développé une méthode d'observation et de prévision en temps réel des activités terrestres sur des secteurs d'activités clés (pétrole, méthane, gaz, métaux et minerais), offrant une transparence inédite de l'information de production, stockage, distribution, ou encore consommation. La société acquiert des données par imagerie satellite, GPS ou encore en provenance des réseaux sociaux qui sont ensuite traitées par Intelligence Artificielle pour identifier l'évolution des capacités et des niveaux de production, les variations d'activités, la survenance d'incidence, des fuites de polluants (comme le méthane) ou encore des maintenances intensives.

Les équipes de Kayrros évaluent ensuite les impacts à venir de ces évolutions et perturbations sur la production, la demande, l'environnement et les marchés financiers dans le monde (prévisions pouvant aller jusqu'à 30 jours).



Croissance

Faits notables

- Kayrros observe 95% des infrastructures de stockage pétrolier à toit flottant dans le monde (représentant près de 4 milliards de barils) ainsi que les volumes pétroliers sur près de 500 terminaux et 160 champs pétroliers au sein des pays de l'OPEP
- La société affirme avoir déployé sa solution auprès de plus de la moitié des grands opérateurs énergétiques mondiaux, dont Total, des hedge funds et des agences gouvernementales
- Kayrros a notamment identifié et quantifié les exportations de pétrole iranien illégaux (embargo), ainsi que la durée de restauration de sites pétroliers majeurs suite à des sinistres (attaque d'Abqaiq et incident sur le pipeline de Keystone)
- Kayrros compte 20 PhDs parmi ses 140 collaborateurs et réunit des expertises combinant data science, Machine Learning, connaissances sectorielles poussées (énergie et commodités, économie)
- **Covid-19** : Kayrros a surveillé en quasi temps réel l'évolution des capacités de stockage de pétrole dans le monde ainsi que le niveau d'activité industrielle en France

Internationalisation

- La société se positionne sur un marché mondial et possède des bureaux à Paris, Houston, New York, Londres, et Singapour
- En 2020 la société signe un partenariat avec le Japan's NICT (National Institute of Information and Communication Technology) lui permettant ainsi de mutualiser ses ressources



Levées de fonds (34 M€ au total) et objectifs de développement

Développement commercial : la société a pour ambition de développer des outils de surveillance, d'analyse et de prévision sur l'ensemble de la chaîne carbone afin de permettre à ses clients d'avoir les données tangibles en temps réel pour corriger leurs actions au profit d'une empreinte environnementale améliorée.

Expansion internationale : Kayrros a également intensifié son développement international, notamment en Asie.



Sustainability Tech et Energie



www.m2i-lifesciences.com



2008



Saint-Cloud (92), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Philippe GUERRET
Co-fondateur & CEO

Bruno GENY
Co-fondateur & Managing Partner

Effectifs



Principaux investisseurs

- ADM Capital Europe
- Creadev
- Idinvest Partners
- Raise Impact
- Téthys Invest

Caractéristiques de la société

Exigences réglementaires

- À chaque entrée sur un nouveau segment au moyen de son procédé, l'industrialisation des produits innovants conçus par M2i Life Science bénéficient de la protection associée aux besoins d'homologation

Positionnement

- Les services de la société sont disponibles aussi bien sur le marché du B2B que sur celui du B2C pour les clients voulant s'impliquer dans la transition écologique
- La société intègre l'ensemble de la chaîne de valeur, de la conception des produits jusqu'à leur commercialisation en passant par leur production au sein de son usine



Description de la société

Le débat environnemental et sociétal sur l'usage de produits phytosanitaires se cristallise sur les conséquences en termes de santé des individus ainsi que sur l'empreinte environnementale liée à leur production et application.

M2i Life Sciences souhaite apporter une réponse en tant qu'acteur clé de la transition écologique, en proposant des solutions fondées sur des phéromones de synthèse, en substitution des insecticides conventionnels, pour la protection biologique des plantes et cultures face à des ravageurs, et le bien-être des animaux.

Grâce à des procédés de conception, formulation et reproduction de phéromones par bio-mimétisme en laboratoire, la société fabrique et commercialise des produits naturels à même de remplacer efficacement et durablement les pesticides traditionnels en agriculture (maïs, coton, vergers, vignes, maraichages...), comme en parcs et jardins (palmiers, pins, buis...).

En proposant des prix situés en milieu de gamme, et bénéficiant d'une méthode d'application en champs similaire aux pesticides classiques, M2i Life Sciences facilite la transition écologique des agriculteurs.



Croissance

Faits notables

- La société a réalisé un chiffre d'affaires de 18M€ en 2018 et espère se rapprocher des 100M€ d'ici 5 ans
- M2i Life Sciences a été récompensée en 2015 du Prix Entreprises & Environnement du Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable ainsi que du Prix de la Chimie Verte
- Elle a également reçu l'European Business Award for Environment de la Commission Européenne en 2017 ainsi que le Prix Portier de la chimie en faveur du développement durable
- La société détient 19 familles de brevets protégeant sa technologie et ses gammes de produits innovants
- M2i commercialise actuellement plus de 60 produits

Internationalisation

- M2i commercialise ses produits dans 25 pays



Levées de fonds (72 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : la levée de fonds doit permettre d'étendre la ligne de produits de protection biologique en agriculture à l'horizon 2022.

Expansion internationale : M2i Life Sciences a pour ambition d'étendre sa croissance internationale afin de confirmer sa position de leader.





Sustainability Tech et Energie



www.metronlab.com



2013



Paris (75), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Vincent SCIANDRA
Co-fondateur & CEO

David TAGLIABUE
Co-fondateur & PCA

Jérémie RENDOLET
CFO

Effectifs



Principaux investisseurs

- BNP Paribas (France)
- StatKraft Ventures (Allemagne)
- Breed Reply (Royaume-Uni)
- NTT DOCOMO Ventures (Japon)
- Financière Fonds Privés (France)

Caractéristiques de la société

Intégration de secteurs

- Afin de produire et de proposer des solutions d'optimisation efficaces à travers sa plateforme, Metron développe de nouveaux algorithmes d'IA spécifiques en fonction de chaque nouveau secteur que la société pénètre

Positionnement

- Au-delà de l'analyse de la consommation énergétique, la plateforme de Metron permet de mettre en œuvre des leviers d'optimisation à travers des recommandations vers l'humain (via EVA) ou en agissant directement sur les machines (machine-to-machine)
- La société ne produit pas les capteurs utilisés par sa solution, mais s'adapte à la technologie existante au sein des usines de ses clients



Description de la société

Les enjeux énergétiques et de développement durable ne résident pas uniquement dans de nouvelles méthodes de production, mais également dans de nouveaux modes de consommation optimisés.

Dans cette logique, METRON met l'Intelligence Artificielle au profit de la diminution de l'empreinte carbone des acteurs industriels dans le monde. La société a développé une plateforme d'intelligence énergétique se connectant à l'ensemble des systèmes industriels (capteurs, supervisions, ERP, etc.) au sein des usines pour analyser précisément les flux énergétiques (besoins et pertes), et identifier, en combinant ces informations à des bases de connaissance métiers, les gisements d'économies d'énergie.

La solution développée par METRON est également capable de piloter en temps réel les équipements industriels afin de mettre en œuvre de manière autonome les scénarios d'optimisation en fonction du contexte de production et des conditions extérieures (météo, production décentralisée et prix de l'énergie).



Croissance

Faits notables

- METRON revendique avoir séduit plus de 100 clients (dont Danone, déploiement groupe mondial ainsi qu'ArcelorMittal, 340 k€ d'économies sur le site d'Industeel au Creusot en France) et permis de réaliser de 4 à 15% d'économie selon le secteur
- La société affiche un payback (durée de rentabilisation de sa solution auprès de ses clients) inférieur à 12 mois et un taux de satisfaction de 100%
- Metron a développé 4 partenariats stratégiques B2B2B avec Dalkia (France), NTT Facilities (Japon), SK Gas (Corée du Sud) et Edison (Italie) afin d'offrir des offres de services d'intelligence énergétique aux industriels
- La société a fait l'objet de nombreux prix, parmi lesquels le BloombergNEF New Energy Pioneers en 2019 (top 10 des entreprises innovantes révolutionnant le secteur de l'énergie et de l'industrie), ainsi que le Global Cleantech 100 en 2020
- La solution METRON-EVA Factory a été reconnue Efficient Solution par Solar Impulse Foundation en 2020

Internationalisation

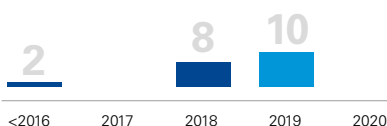
- METRON communique sur un chiffre d'affaires à l'étranger de l'ordre de 75%
- La société possède des bureaux à Paris, Milan, Dubai, Singapour, Bogota et Sao Paulo, Mexico, Séoul et Tokyo et prospecte mondialement
- La société couvre également l'Italie, la Corée du Sud et le Japon à travers ses partenariats B2B2B



Levées de fonds (20 M€ au total) et objectifs de développement

Développement produit : Metron compte développer de nouvelles solutions « dans la gestion de la production d'énergie décentralisée pour industriels et dans l'électromobilité pour la recharge de véhicules intelligents, dans le transport public ».

Expansion internationale : Metron prépare une nouvelle levée de fonds en 2021 (série B) afin de poursuivre son développement international, notamment sur les marchés américains et chinois.





Sustainability Tech et Energie



www.ynsect.com



2011



Evry (91), France

Fiche d'identité

Dirigeants / Fondateurs

Antoine HUBERT
Co-fondateur & CEO

Fabrice BERRO
Co-fondateur & Directeur Data

Jean-Gabriel LEVON
Co-fondateur & Directeur impact

Alexis ANGOT
Co-fondateur

Effectifs



Principaux investisseurs

- BPI France
- Astanor Venture
- Talis Capital
- Idinvest
- Finasucre
- Compagnie du Bois Sauvage
- Supernova Invest
- UpFront Ventures

Caractéristiques de la société

Réglementation

- La Commission Européenne a autorisé en 2017 l'alimentation à base d'insectes pour l'aquaculture et les animaux de compagnie et pourrait ouvrir le marché à l'alimentations des porcs et des volailles selon les résultats à venir des travaux de l'EFSA (Agence Européenne de Sécurité des Aliments)

Positionnement

- Via la production de protéines d'insectes Ynsect assure pouvoir répondre aux enjeux alimentaires en diminuant la pression exercée sur les ressources en poisson, en eau et en étant carbone négatif
- La société s'inscrit dans l'économie circulaire et espère obtenir la certification américaine Bcorp



Description de la société

La très forte croissance de l'aquaculture dans le monde soumet la filière à des pressions sur sa matière première, la farine de poissons, qui a vu son prix tripler en 10 ans à près de 1500 dollars la tonne en raison de la diminution des ressources halieutiques.

Face à ces tensions, Ynsect propose une alternative durable fondée sur la chaîne alimentaire naturelle des espèces élevées : la production de nutriments à base d'insectes, plus particulièrement le *Tenebrio molitor*, un coléoptère. Pour cela, la société a développé un processus industriel hautement automatisé permettant d'élever cet insecte et de le transformer en ingrédient premium, naturel et de haute qualité pour l'aquaculture et la nutrition des animaux de compagnie (une protéine YnMeal et une huile YnOil).

Soucieuse de renforcer son impact environnemental, la société utilise en effet des biodéchets produits par les activités agricoles de proximité pour l'alimentation de ses insectes et transforme les déjections produites en engrais (YnFrass).



Croissance

Faits notables

- Ynsect a obtenu de nombreuses récompenses dont le trophée des futures licornes, du World Agritech 2017, celui de l'innovation 2030 ou encore le prestigieux prix du MIT Technology Review
- La société s'appuie sur un carnet de commande de plus de 100 millions de dollars pour les quatre prochaines années
- Son unité de production près d'Amiens (projet FARMYING), financée en partenariat public-privé auprès de la Commission Européenne et de Bio-Based Industries JU, constitue la plus grande usine automatisée dédiée à la production d'insectes au monde et produira 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, entre 20 000 et 25 000 tonnes de farine d'insectes par an à court terme puis à 70 000 tonnes par an
- Pour mener à bien ses travaux, Ynsect a conclu de nombreux partenariats de recherche avec entre autre le CNRS, AgroParisTech, l'INRA et l'IRSTEA.
- La société a protégé ses créations par plus de 30 brevets
- **Covid-19** : qualifiée d'essentielle pendant le confinement, la société a continué sa production à destination de la production agricole

Internationalisation

- Ynsect s'affirme comme leader mondial de la production de farine d'insectes dédiée à l'aquaculture et aux animaux de compagnie

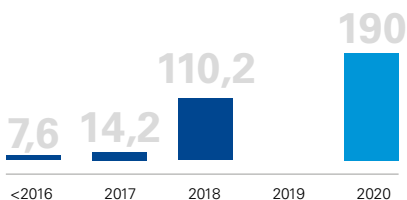


Levées de fonds (322 M€ au total, dont 130 M€ en dette) et objectifs de développement

Développement commercial : la société une production de 200 000 tonnes d'ingrédients à terme sur le seul site d'Amiens.

Développement international : la société vise l'ouverture d'une dizaine d'usines en Europe, aux États-Unis et en Asie, pour des revenus de 3 milliards de dollars.

R&D : Ynsect étudie l'application de ses protéines au-delà de la nourriture animale et souhaite utiliser son procédé sur d'autres espèces d'insectes.





JURY TOP TECH TOMORROW





MATTHIEU BARET

Idinvest Partners

Managing Partner

Matthieu Baret, Managing Partner a rejoint Idinvest Partners en 2005. Il est en charge de l'activité Capital Innovation & Croissance et intervient principalement dans les secteurs des télécoms/média, du logiciel et du digital.

Il a réalisé une vingtaine d'investissements dont Talend (IPO Nasdaq : TLND), Scality, Synthesio, Actility, Vestiaire Collective, Curse (vendu à Amazon), Zeturf, Erenis (vendu à SFR), Nosto, WeFox, Onfido, et Lendix ainsi que Zenly (vendu à Snapchat). Il est aussi en charge de la politique ESG d'Idinvest Partners et a été membre du Steering Committee Private Equity aux UNPRI (United Nations Principles for Responsible Investment). Il intervient également sur l'entrepreneuriat à Centrale-Supelec et Dauphine.

Avant de rejoindre Idinvest Partners, Matthieu était VP en charge du M&A et du business development pour Italtel, filiale de Cisco et Telecom Italia. Au préalable, il a travaillé pour Europatweb, société d'investissement créée par Bernard Arnault, et Cap Gemini Telecom. Matthieu a commencé sa carrière en 1994 chez Bouygues Telecom, où il a participé à la création et au lancement du réseau mobile.

Matthieu est diplômé de CENTRALE-SUPELEC, d'un Master of Science in Electrical Engineering à GEORGIA TECH (Atlanta, USA) et est titulaire d'un MBA de l'INSEAD.



ERIC BLEINES

Swiss Life Gestion privée

Directeur Général
Membre de la Sfaf

Diplômé de l'Institut Supérieur de Gestion (1987), de la Société Française des Analystes Financiers (1994), et titulaire du Certificat Administrateur des Sociétés délivré par SciencesPo et l'Institut Français des Administrateurs (2014), Eric Bleines a acquis une solide expérience de plus de 25 années de gestion Actions.

Eric Bleines a découvert les métiers de la Finance par un premier emploi de commis de bourse (1986) chez Meeschaert Rousselle, agent de change à Paris.

En 1987, il rejoint le Crédit Commercial de France (CCF) embauché d'abord par la filiale New Yorkaise pour vendre des actions françaises aux gérants Institutionnels Nord-Américains. De retour à Paris en 1991, il exerce le métier de gérant de portefeuilles actions, tout d'abord au sein des équipes du CCF, puis d'Indosuez Asset Management, du Crédit Agricole, de CCR Actions. Il a co-dirigé l'équipe actions de CCR AM à partir de 2007 et post intégration de CCR par UBS AM France, Eric Bleines est devenu Directeur des Gestions.

Chez SwissLife Banque Privée depuis 2017, Eric Bleines est actuellement Directeur Général de Swiss Life Gestion Privée depuis 2019.



NABIL GHARIOS
Healthcare Promise
Investment Partners
Président
Responsable du Groupe
Sectoriel Santé de la Sfaf

Nabil Gharios a débuté sa carrière en 1999 en tant qu'analyste financier chez SG Cowen, au sein du département M&A - Healthcare (New York). Entre 2001 et 2005, Nabil a été associé au sein de Bioam, un fonds de capital-risque spécialisé dans les biotechnologies (Paris). Il a ensuite travaillé pendant 5 ans pour les laboratoires Abbott, notamment en tant que manager du développement européen, manager de marque pour l'anesthésie au niveau international, et manager de projets spécialisé au sein du siège européen.

Vers la fin de 2011, Nabil a fondé Biotech Promise, un fonds d'investissement dédié aux Biotechs et Medtechs cotées. Il y exerce toujours en tant que gestionnaire de portefeuille.

Nabil est diplômé de l'Ecole Centrale de Paris et est actuellement responsable du groupe sectoriel Santé de la Sfaf.



**Dr FRANÇOIS
GODEAU**
INSERM
Directeur de Recherche Emérite

Médecin de formation, François Godeau a poursuivi une carrière de chercheur principalement au sein de l'INSERM. Son parcours l'a amené à fréquenter plusieurs centres de recherche français (Institut Pasteur de Paris) et internationaux (Rockefeller University, Harvard Medical School, Upsalla University, Riken Tsukuba Institute). Il est, depuis 1992, Directeur de Recherche à l'INSERM.

Ses domaines d'intérêt furent le développement et le contrôle du cycle cellulaire, l'immunologie moléculaire puis l'oncologie. Dans ce domaine ses recherches ont donné lieu à des dépôts de brevet pour une molécule recombinante anti-tumorale et d'un test théranostique compagnon.



**PATRICE LAMBERT-
DE DIESBACH**
Directeur des Relations
Investisseurs Orange
Administrateur d'Orange Bank
Administrateur du Cliff

Depuis octobre 2011, Patrice Lambert- de Diesbach est Directeur des Relations Investisseurs et de la Communication Financière chez Orange.

Auparavant, il était Directeur des Relations Investisseurs et de la Communication Financière chez Carrefour depuis avril 2010.

Il a précédemment occupé le poste de responsable de la recherche chez CMCIC Securities après avoir passé 18 ans en tant qu'analyste financier couvrant plusieurs secteurs industriels pour plusieurs sociétés de bourse, dont CM-CIC Securities, Exane BNP Paribas, UBS Warburg, Deutsche Bank et HSBC James Capel. Il a débuté sa carrière en tant qu'auditeur chez Mazars et KPMG.

Il est actuellement membre du Conseil d'Administration et du Comité Stratégique d'Orange Polska (société cotée à Varsovie), ayant également occupé les mêmes fonctions chez Orange Belgium (société cotée à Bruxelles), administrateur d'Orange Bank, ainsi que membre du Conseil d'Administration du CLIFF (Association Française des Professionnels de la Communication Financière) et ancien membre des Conseils d'Administration de Confrontations Europe (think tank européen) et de la Sfaf (Société Française des Analystes Financiers).

Patrice Lambert- de Diesbach, est diplômé de la Sfaf (Société française des analystes financiers), du Conservatoire National des Arts et Métiers (Finance), de l'IEP Paris (Sciences Po EcoFI Fi-Fi) et de l'Université Paris X Nanterre (Économie, Econométrie).



GRÉGOIRE SENTILHES

Nextstage Asset
Management

Président fondateur
Membre de la Sfaf

Grégoire Sentilhes est le Président et fondateur de NextStage, l'un des pionniers et leaders du capital développement en France, avec près de 200 m€ de fonds propres et un total de 2.5 Mds € AUM.

NextStage investit avec une philosophie « d'entrepreneur investisseur » en « capital patience », aux côtés d'entrepreneurs de talents dans des entreprises de tailles moyennes, innovantes, à fort potentiel de croissance, avec l'objectif d'en faire les champions de leurs marchés. 6 des entreprises cofondées et/ou investies par Grégoire sont se sont introduites en bourse, soit au Nasdaq soit sur Euronext.

Il a été administrateur de l'AFIC et Président de la commission capital développement, membre du conseil d'orientation de France Investissement dont il a été l'un des inspirateurs, il est le co fondateur et président de Citizen Entrepreneurs et du G20 des Entrepreneurs, pour la France.



JEAN-PIERRE VALENSI

KPMG

Head of Capital Markets
Advisory
Porteur du projet

Jean-Pierre a fondé et co-pilote l'activité de conseil en marchés de capitaux chez KPMG, département qui a pour vocation d'accompagner les entreprises dans leur positionnement sur les marchés financiers et qui propose une large gamme d'interventions couvrant : l'Equity Capital Markets (structuration et suivi de l'exécution des opérations telles que introductions en bourse, augmentations de capital, offres aux salariés, M&A), l'assistance à la préparation des entreprises à ces opérations (readiness, préparation de la documentation nécessaire en particulier de l'information financière), l'assistance dans la gestion des relations investisseurs et de la communication financière, la production de l'information réglementée.

Fort de 28 ans d'expérience en audit et conseil auprès de clients de KPMG, il a participé à de nombreuses opérations sur les marchés de capitaux pour des émetteurs de toute taille et de tout secteur. Il a accompagné de nombreuses sociétés du secteur des technologies dans leur croissance, projets de développement et de financement avant et après leur introduction en bourse.

Il est à l'initiative des programmes de formation et de coaching des dirigeants à une introduction en bourse, du partenariat FamilyShare avec Euronext et de celui avec la SFAF et le CLIFF dans le cadre du Top Tech Tomorrow.

AUTEURS TOP TECH TOMORROW



Jean-Pierre Valensi

KPMG
Associé,
Head of Capital Markets Advisory
Tél. : +33 (0)1 55 68 74 28
E-mail : jvalensi@kpmg.fr



Etienne Cunin

KPMG
Director,
Capital Markets Advisory
Tél. : +33 (0)1 55 68 93 32
E-mail : ecunin@kpmg.fr



Kévin Nourry

KPMG
Associate,
Capital Markets Advisory
Tél. : +33 (0)1 55 68 25 62
E-mail : knourry@kpmg.fr

KPMG CAPITAL MARKETS ADVISORY

L'équipe Capital Markets Advisory accompagne les entreprises à l'occasion de leurs opérations sur les marchés de capitaux (introductions en bourse, deals M&A, high-yields) ainsi que dans toutes leurs réflexions stratégiques en matière de communication financière (information financière, document de référence, reporting intégré) et de relations avec les investisseurs et actionnaires. Nous aidons ainsi nos clients à renforcer leur positionnement sur les marchés financiers.

Capital Markets Advisory intervient au sein de la communauté Deal Advisory de KPMG qui rassemble les expertises capables d'adresser l'intégralité de la chaîne de valeur d'une transaction, parmi lesquelles Transaction Services, Corporate Finance et Intégration & Séparation.

KPMG CORPORATE FINANCE

KPMG Corporate Finance conseille les entreprises, PME, ETI et grands groupes, les fonds d'investissement et les cabinets d'avocats dans leurs opérations d'évaluation stratégique et financière, de fusions, acquisitions et cessions.

KPMG Corporate Finance intervient également en conseil sur des projets de financements structurés et d'infrastructures, et dans le secteur de l'immobilier commercial et d'entreprise.

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). KPMG International et ses entités liées ne proposent pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis à vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2020 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français de l'organisation mondiale KPMG constituée de cabinets indépendants affiliés à KPMG International Limited, une société de droit anglais (« private company limited by guarantee »). Tous droits réservés. Le nom et le logo KPMG sont des marques utilisées sous licence par les cabinets indépendants membres de l'organisation mondiale KPMG. Imprimé en France.

Conception - Réalisation : Advisory - OLIVER - Octobre 2020.

Crédit photos : iStockphoto.