

Avec la bonne équipe, l'hypercroissance sans levée de fonds est possible

Alors que l'on attribue encore bien souvent la réussite des startups à leur capacité à lever des fonds, certaines entreprises optent pour l'autofinancement. Et ça marche.

Temps de lecture : minute

25 janvier 2022

"Après 6 ans d'existence et malgré des années difficiles avec la crise sanitaire, nous avons réussi à maintenir une hypercroissance annuelle tout au long de la période, avec un chiffre d'affaires qui a augmenté de 80% entre 2020 et 2021, raconte fièrement Gary Abitan, cofondateur de Smile Wanted, une startup spécialisée dans la publicité numérique made in France. Au commencement, nous avons pu rapidement tester et prouver la viabilité de notre business model dans la monétisation publicitaire, nous l'avons ensuite passé à l'échelle et amélioré sans réaliser de levée de fonds."

En 2021, le montant de la publicité numérique a atteint près de 500 milliards de dollars, dont 64% du marché sont détenus par Google, Meta et Amazon. Si le marché international a bondi de plus de 46% entre 2019 et 2021 selon GroupM, le marché français n'est pas en reste avec une croissance de 15% attendue pour 2022. Le marché de l'e-pub représenterait ainsi 16 milliards d'euros dans l'Hexagone. Preuve, s'il en fallait, que l'AdTech est un secteur porteur.

Bien installée dans le secteur, Smile Wanted met à disposition des agences médias et annonceurs une place de marché reposant sur une

technologie propriétaire sans cookie. *"Nous analysons et qualifions le trafic (domaines, pages et emplacements) en temps réel sur une base de plus de 150 critères contextuels. Nous apportons ainsi des garanties de KPIs, de reach, et des prix compétitifs sur les campagnes vidéo et display"*, explique Maxime Deymes, le cofondateur et CTO de Smile Wanted.



La startup, fondée en 2016, dispose aujourd'hui d'une équipe de 30 collaborateurs et collaboratrices. Une quinzaine de développeurs et chefs de projets seniors s'attèlent à la recherche et au développement d'algorithmes reposant sur l'IA et le deep learning. *"Ces algorithmes permettent de repérer et classer en temps réel la pertinence de la diffusion sur certains emplacements, des annonces publicitaires"*, explique Meyer Ayache, co-CTO et responsable produit. Ses plus grands clients sont en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et en

Belgique. Smile Wanted rêve toutefois plus grand : *"nous souhaitons nous étendre sur le continent américain tout en gardant notre siège à Paris, pour challenger les géants de la Tech sur leur territoire"* , annonce Gary Abitan.

L'hypercroissance au profit de l'indépendance

Dans l'univers des startups, l'hypercroissance est souvent assimilée à des levées de fonds spectaculaires. Mais la fusion d'une bonne équipe et du bon produit ou service suffit parfois. Et pour développer la solution parfaite dans le secteur de l'Adtech, Gary Abitan a sa propre méthode : analyser le marché puis planifier une roadmap annuelle afin de prioriser les projets en fonction du retour sur investissement potentiel. Plus simplement : *"Il faut développer un service qui répond à des besoins immédiats. Il ne faut pas attendre un an avant d'être fixé sur la viabilité de son service, car nous sommes en concurrence avec des GAFAM qui ont les capacités d'avancer très vite en R&D"* , argumente le cofondateur de Smile Wanted. La rapidité d'exécution est donc un facteur-clé.

"Alors que nous prenons des parts de marché aux acteurs internationaux, nous souhaitons montrer aux entrepreneurs français qu'il y a toujours de l'innovation dans la French Tech" , confie le cofondateur. Et ce succès se fait ressentir : *"Nous avons déjà reçu de sérieuses propositions de rachat par de grandes entreprises, certaines cotées en Bourse. Mais nous avons toujours opté pour garder le cap de l'indépendance"* , affirme Gary Abitan.

Maddyness, partenaire média de Smile Wanted