

Les 3 axes de développement majeurs pour Contentsquare dans les prochaines années

C'est dans leurs locaux du 8e arrondissement parisien que Jonathan Cherki , CEO et fondateur de Contentsquare, et son équipe ont pu détailler la feuille de route et les priorités des prochaines années.

Temps de lecture : minute

22 juillet 2022

Certes, la licorne avait déjà levé 500 millions il y a à peine plus d'un an, mais il en fallait plus pour satisfaire les ambitions de cette pépite de la tech française. Contentsquare a annoncé le 21 juillet, une levée de 600 millions de dollars en série F.

Des investissements à la hauteur du potentiel du marché

Le 21 juillet, Contentsquare, leader mondial de l'expérience analytics, faisait les gros titres avec l'annonce d'une nouvelle méga-levée de 600 millions de dollars (dont 400 millions de dollars en fonds propres et 200 millions de dollars en dette). Après une série E de 500 millions de dollars, pilotée par Softbank en 2021, cette nouvelle levée va permettre à l'entreprise de donner le coup d'accélérateur nécessaire pour se développer comme elle l'entend sur le très long-terme.

La promesse de Contentsquare, désormais valorisée à 5,6 milliards de dollars, reste la même depuis ses débuts en 2012 : améliorer l'expérience des utilisateurs grâce à une technologie permettant d'analyser leurs

comportements en enregistrant les mouvements de la souris, et ce, de manière complètement anonyme. Le rythme de croissance, lui, s'est accéléré et les ambitions de la startup sont fortes. Sur un marché d'équipement, dans lequel la plupart des clients ne sont pas encore dotés de ce type de solution, Contentsquare a un véritable enjeu de vitesse. Pour Jonathan Cherki, CEO et Fondateur : *“une société qui fait 100% de croissance détient a priori un produit qui crée de la valeur et un grand marché à développer. Même si la rentabilité est clé, il y a des moments critiques dans la vie d'une entreprise où elle doit continuer à investir massivement pour continuer à conquérir des parts de marché”*.

Trois axes de développement majeurs

Cette nouvelle levée va permettre à Contentsquare d'accélérer ses investissements dans l'innovation, de manière organique et par le biais d'acquisitions, et de soutenir son développement international.

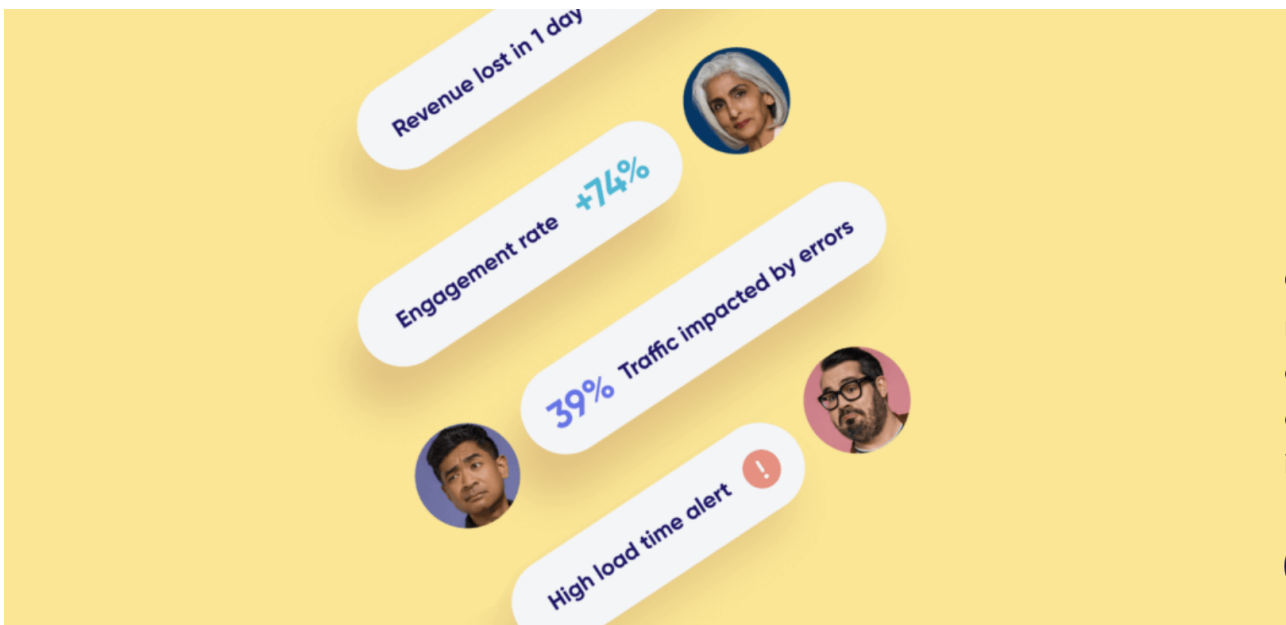
L'entreprise prévoit également de poursuivre son investissement dans les initiatives liées à l'Impact, notamment dans les domaines de l'accessibilité digitale et de la protection de la vie privée.

1- Innover pour continuer à améliorer l'expérience utilisateur

La startup veut continuer d'innover pour servir au mieux ses clients et donc les utilisateurs. Récemment cinq nouveaux produits ont été créés, toujours dans l'objectif de fluidifier l'expérience utilisateur. Contentsquare ambitionne également de développer une approche plateforme et de démocratiser l'utilisation de ses outils pour les rendre accessibles à davantage de professions. Jonathan Cherki explique : *“pour gagner en productivité, celui qui produit doit être celui qui mesure”*. Le lancement de trois nouveaux produits est prévu dans les 18 prochains mois.

2- S'installer comme leader mondial

Jonathan Cherki considère qu'il a un marché énorme à conquérir et qu'il n'en est encore qu'au début. La licorne veut renforcer sa présence en Europe et aux États-Unis; ce dernier marché, qui représente aujourd'hui entre 40 et 45 % de l'activité, devrait devenir le principal marché d'ici 12 à 18 mois. La startup est déjà implantée en Asie (Australie, Nouvelle Zélande, Singapour et Japon), mais elle compte mettre un vrai coup d'accélérateur sur cette région, en augmentant notamment sa force commerciale et marketing.



3- Contribuer à l'émergence d'un monde sans cookies

La technologie de Contentsquare analyse les émotions et les interactions des utilisateurs, mais respecte la vie privée puisqu'elle ne récolte aucune donnée personnelle. Au-delà de son entreprise, Jonathan Cherki veut changer les règles du jeu et pousser le monde à aller un cran plus loin : *“on ne devrait pas avoir à choisir entre personnalisation et protection de sa vie privée. Le cookie n'est pas le seul référentiel possible.”*

Au-delà du respect de la vie privée des utilisateurs, la startup s'intéresse aussi à l'accessibilité et vient notamment de développer un plug-in pour faciliter l'expérience des personnes dyslexiques.

Un signal positif pour la French tech

Jonathan Cherki n'est pas inquiet. Pour lui, beaucoup d'acteurs historiques ont récemment moins investi ou investi différemment, mais les fonds ont continué à lever de l'argent, et quand la situation économique retrouvera une certaine normalité, l'écosystème devrait continuer à se développer. *“On voit aujourd'hui en France une nouvelle génération d'entrepreneurs décomplexés qui n'a plus peur d'afficher des ambitions internationales”.*

De son côté, bien qu'il en soit à une série F et que la plupart des investisseurs historiques participent à nouveau au tour de table, Jonathan Cherki reste aujourd'hui le plus grand actionnaire de ContentSquare et quand on l'interroge sur la valorisation de sa société, aujourd'hui estimée à 5,6 milliards de dollars, il nous le redit, *“Contentsquare n'est pas à vendre !”*

Article écrit par Manon Triniac