

En rachetant l'allemand Epoq, AB Tasty réalise sa première acquisition

La plateforme qui vise à optimiser l'expérience utilisateurs a déjà ouvert 13 bureaux en Europe, aux Etats-Unis et en Asie. Pour étoffer sa gamme de services et renforcer sa présence européenne, elle vient de faire sa première acquisition en rachetant l'entreprise allemande Epoq.

Temps de lecture : minute

5 octobre 2022

"Nous cherchions une entreprise spécialisée dans la recommandations produits et dans la recherche pour étoffer notre gamme de service." Alix de Sagazan, qui a fondé sa société AB Tasty en 2013, vient de réaliser sa première acquisition en rachetant la société Epoq, une startup de 40 salariés, basée en Allemagne. Désormais l'entreprise, qui a mis au point une plateforme pour optimiser l'expérience clients, propose à la fois l'expérimentation des messages marketing, la personnalisation des contenus et les services d'Epoq.

AB Tasty travaille avec des acteurs du e-commerce, des agences de voyage, des banques ou des assurances. Parmi eux : des grands noms tels que LVMH, L'Oréal, Carrefour ou BNP Paribas. Au total, la société compte 1.000 clients et en intègre une centaine de plus avec l'acquisition d'Epoq.

64 millions de dollars levés

AB Tasty, qui a levé 64 millions de dollars depuis ses débuts, dont 40

millions en série C, en 2020, est en effet allée vite. *"En 2010, avec mon associé, on travaillait dans l'acquisition de trafic, on faisait de l'optimisation de page et on a voulu créer une agence d'optimisation UX pour améliorer l'expérience clients."* Trois ans plus tard, les deux cofondateurs ont donc créé un logiciel pour plus d'automatisation. Ils emploient désormais 325 salariés et sont présents *"sur tous les fuseaux horaires."* Basée à Paris, la société compte aujourd'hui 13 bureaux dans le monde : à Bordeaux, Nantes, New-York, Madrid, Londres, en Allemagne, à Singapour mais également en Australie.

"Nous sommes sur un marché en pleine croissance, où il y a un énorme besoin d'agilité. Les clients veulent tester leurs idées avant de les mettre en œuvre. Pour une refonte de site, par exemple, ils veulent faire les choses progressivement et s'assurer que tout ne se supprime pas d'un coup", précise Alix de Sagazan. Selon elle, le "test" est vraiment entré dans la culture digitale et le marché est de plus en plus mature. D'où l'idée de s'être rapidement tourné vers l'international.



Continuer à grossir en se renforçant à l'international

Désormais, la société veut se renforcer dans les pays où elle est présente. Avec le rachat d'Epoq, elle double notamment ses effectifs en Allemagne pour atteindre 80 salariés et assoit ainsi sa place sur tout le continent européen. La co-fondatrice s'est également installée à New-York pour se renforcer aux Etats-Unis.

"Notre objectif est de continuer à grossir sur le continent Nord-Américain, en Asie et en Europe, tout en innovant", poursuit la dirigeante qui n'exclut pas de réaliser de nouvelles croissances externes à l'avenir. "Pour cette première acquisition, nous savions exactement les services que nous voulions intégrer, on avait une idée précise de ce qu'on souhaitait racheter." Désormais, le cahier des charges reste ouvert. "On continue à regarder ce qui se passe sur le marché. Mais il faut vraiment que ça corresponde au niveau du produit."

Article écrit par Jeromine Doux