

Early Metrics cède son activité Market Intelligence à RaiseLab

Face à un écosystème de plus en plus mature, Early Metrics s'engage dans une nouvelle voie. L'agence de notation de startups se sépare de son activité historique pour prendre un nouveau départ. Elle change de nom pour devenir ScaleX.

Temps de lecture : minute

7 septembre 2023

Une page se tourne pour Early Metrics. En effet, l'agence de notation de startups et de PME innovantes en Europe a décidé de se séparer de son activité de Market Intelligence, dédiée à la recherche et l'analyse de technologies et de jeunes entreprises innovantes. Celle-ci est reprise par RaiseLab, joint-venture entre Raise et Schoolab pour aider les grands groupes à se transformer en s'associant à des acteurs technologiques. Les modalités financières de l'opération n'ont pas été dévoilées.

Pour Early Metrics, c'est un virage à 360 degrés qui s'opère, alors que la société a effectué plus de 8 000 notations de startups et réalisé 200 études de marché entre 2014 et 2023 pour aiguiller près de 300 clients, notamment des grands groupes basés en France, au Royaume-Uni et en Allemagne. Chaque mois, ce ne sont pas moins de 300 jeunes pousses qui étaient ajoutées à la base de données, indique l'agence. Mais tout ceci appartient désormais à une époque révolue, avec le transfert de cette activité au sein de RaiseLab. Ce mouvement s'accompagne du départ d'Antoine Baschiera, co-fondateur d'Early Metrics, qui rejoint RaiseLab en tant que directeur du développement.

Cette cession d'activité n'est pas une grande surprise, puisque l'écosystème est beaucoup plus mature qu'il y a quinze ans, quand les

premières agences de notation de startups sont apparues. *«Tout un pan du marché s'est structuré et a gagné en compétences. Là où il y a deux ans, en 2020-2021, les fonds de VC nous réclamaient systématiquement des rapports de notation d'une quarantaine de pages reposant sur notre méthodologie et rédigés par des analystes, aujourd'hui, ils sont plus aguerris»*, expliquait il y a quelques mois Sébastien Paillet, co-fondateur d'Early Metrics, à Maddyness. *«L'open innovation a une bonne dizaine d'années en France, le secteur se professionnalise. Par conséquent, on ne peut plus être le généraliste de l'innovation. C'est la sélection naturelle, il y a plein de spécialistes et quelques généralistes»*, complète Paul Jeannest, co-fondateur et CEO de RaiseLab.

Un logiciel de scoring automatisé des startups pour se réinventer

Dans ce contexte, Early Metrics a choisi de s'engager dans une nouvelle direction. En effet, la société a décidé en 2020 de capitaliser sur son expérience et ses analyses de backtesting pour entamer le développement de ScaleX, un logiciel de scoring automatisé des startups qui a vocation à donner accès aux banques et aux fonds d'investissements à des outils d'optimisation de leur rendement pour prendre les meilleures décisions d'investissement. Cet outil a notamment tapé dans l'œil d'Innovate UK, équivalent britannique de Bpifrance, ou encore d'Euronext.

L'appétence croissante pour cette nouvelle solution a logiquement poussé les dirigeants à mener une réflexion sur la trajectoire à prendre à l'avenir. *«Nous avons vu qu'il y avait une opportunité plus large de développer notre offre logicielle pour évaluer les entreprises, identifier leur risques et assurer un suivi de leurs performances. En 2022, la traction a été bonne et le besoin d'un recentrage stratégique a commencé à émerger. Nous avons donc fait un arbitrage pour poursuivre notre développement. La*

décision a été de concentrer tous nos efforts sur cette activité logicielle», explique Sébastien Paillet.

Exit Early Metrics, place à ScaleX

Dans ce cadre, la marque Early Metrics a vocation à disparaître pour être progressivement remplacée par Scale X. *«Early Metrics était une entreprise de services. Là, nous basculons sur une solution logicielle, avec un fonctionnement et des codes de communication différents. C'est une vraie réorganisation qui est conséquente. L'enjeu est maintenant de réussir à aboutir à un bon produit qui fasse office de bel étendard», assure le co-fondateur de l'ex-agence de notation. Se réinventer était un impératif pour Early Metrics alors que d'autres acteurs similaires sont en souffrance, à l'image d'Estimeo, placé en redressement judiciaire cet été.*

Du côté de RaiseLab, l'acquisition de la branche Market Intelligence lui ouvre de nouveaux horizons pour améliorer les collaborations entre startups et grands groupes. *«L'ambition de RaiseLab est d'être l'acteur de référence pour permettre à ces grandes entreprises de construire une stratégie d'innovation collaborative efficace et génératrice de valeur», indique Paul Jeannest. «Il y a eu un vrai changement dans l'écosystème de l'innovation durant les 18 derniers mois. On constate pour la première fois que les startups deviennent des partenaires crédibles pour accompagner les grandes organisations sur des enjeux stratégiques. C'est particulièrement vrai dès lors qu'on évoque des enjeux industriels, notamment liés à la décarbonation. Ces enjeux représentent aujourd'hui une part importante de l'activité de RaiseLab», ajoute-t-il. Avec son approche, la structure, qui compte L'Oréal, LVMH, Michelin ou encore BNP Paribas parmi ses clients, entend doubler son chiffre d'affaires en 2024.*



À lire aussi
Les agences de notation des startups ont-elles toujours une raison d'être ?



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Maxence Fabron