

Pitchy boucle l'une des plus importantes levées SaaS de l'année en France

Pitchy, la solution de créations vidéo en ligne pour les grandes entreprises, boucle une série B de 40 millions d'euros pour être acteur de la consolidation de son marché.

Temps de lecture : minute

21 septembre 2023

C'est l'un des plus gros tours de table bouclés cette année en France par un SaaS. Créé en 2013 par les frères Lionel et Benjamin Chouraqui, Pitchy se positionne comme une alternative aux agences de création de contenus. La solution logicielle qui permet à ses clients de créer des vidéos de qualité professionnelle de façon autonome a réussi à s'imposer sur le segment des grandes entreprises. « *En 2013, nous avons été pionniers, et aujourd'hui, on ne compte qu'une poignée d'acteurs en B2B* », commente Lionel Chouraqui, CEO et co-fondateur de Pitchy.

Aujourd'hui, Pitchy lève 40 millions d'euros, notamment auprès de son investisseur historique Seventure Partners, et de nouveaux entrants, acteurs du capital-développement : Isatis Capital et Entrepreneur Invest. Ce tour fait suite à une série A de 4 millions d'euros en 2017. La solution SaaS, qui revendique un ARR (revenu annuel récurrent) entre 10 et 15 millions d'euros, indique avoir atteint la rentabilité en 2019. « *Nous avons fait le pari de la rentabilité à une époque où les levées de fonds se multipliaient. Nous sommes une société familiale et nous visons avant tout la pérennité* », avance Lionel Chouraqui. Mais aujourd'hui, pour les frères qui avaient longtemps limité les apports en capitaux, la situation est différente. « *Il y a un momentum à saisir. Le secteur va se consolider*

et nous voulons être acteurs de cette consolidation », partage Lionel Chouraqui.

Pitchy envisage maintenant un développement à l'international

Pitchy n'a pas attendu cette levée de fonds pour mettre en place sa stratégie d'acquisition. Dès mai 2022, la société a fait l'acquisition de Kannelle, son pendant mobile. Avec cette acquisition, le Groupe Pitchy revendique être l'unique acteur du marché à proposer une expérience complète, de la captation smartphone, en passant par l'édition, jusqu'à la diffusion. *« Dans cette même lignée, nous continuerons à chercher les briques produit qui nous manquent, soit à travers des acquisitions, soit en développant les technologies en interne »*, commente Lionel Chouraqui.

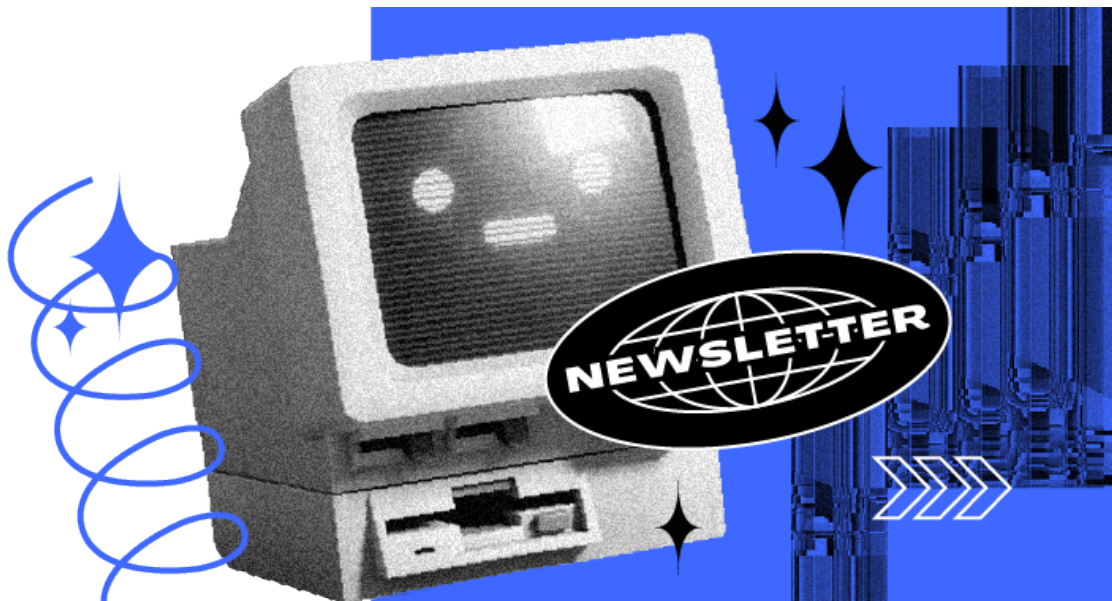
Pour lui, le moment est également opportun pour s'étendre hors des frontières hexagonales. *« Le marché français commence à être plus mature, nous pouvons donc accélérer le développement international »*, avance le CEO. *« En termes de développement produit, il y a aussi un tournant à ne pas rater avec l'IA générative »*, ajoute-t-il. Si le modèle de Pitchy ne nécessitait pas cette levée de fonds, elle est nécessaire pour atteindre ces nouveaux objectifs. *« Ne pas aller vers une levée de fonds en sachant tout cela aurait été une faute professionnelle ! »*, s'exclame Lionel Chouraqui.

La société, qui emploie 90 personnes et compte entre 500 et 1000 clients, ambitionne de doubler la taille de son activité d'ici 2026.



À lire aussi

“SaaS fatigue” : comment la multiplication des logiciels favorise l'épuisement professionnel



MADDYMONEY

Recevez la newsletter mensuelle qui recense l'ensemble des levées de fonds réalisées par les startups françaises

JE M'INSCRIS

