

Leeway devient Tomorro et lève 11 millions d'euros en série A

La plateforme de gestion de contrats en équipes Tomorro (ex-Leeway) lève 11 millions d'euros pour se forger une position de leader sur un marché encore relativement neuf.

Temps de lecture : minute

7 décembre 2023

Selon une étude menée par la fédération World Commerce & Contracting, la mauvaise gestion des contrats coûte en moyenne aux entreprises jusqu'à 9% de leur bénéfice annuel. Pour soulager les départements juridiques qui manquent de temps, Tomorro (ex-Leeway) propose une solution qui permet d'automatiser la gestion des contrats. Sa plateforme aide les différentes équipes à interagir afin d'accélérer les cycles de vente, tout en contrôlant mieux les risques juridiques et financiers.

La startup annonce une levée de fonds de 11 millions d'euros menée par Resonance avec la participation de Financière Saint James, de Motier Ventures et de son investisseur historique HenQ. Ce tour fait suite à un précédent tour de 3,5 millions d'euros en 2021. « *Nous n'avons pas trop ressenti les difficultés liées au contexte de marché actuel. Le roadshow a été rapide, il a duré moins d'un mois. Nous avons un business sain avec des clients qui s'engagent pour 24 mois en moyenne et un taux de désabonnement limité. La due diligence a certes été plus poussée, mais rien d'étonnant entre un tour d'amorçage et une série A* », commente Antoine Fabre, cofondateur et CEO.

Tomorro souhaite devenir leader sur le marché français avant de s'attaquer sérieusement à l'international

Fondée en 2019 par Antoine Fabre, Sébastien Decrême et Thibaut Caoudal, Tomorro compte déjà plus de 200 clients en France et à l'étranger, parmi lesquels Qonto, Vinci ou encore Ingenico. « *Chaque année, nous multiplions nos revenus par trois. Post-levée, nous voulons garder le même rythme ambitieux. Nous sommes sur un marché relativement nouveau que je comparerais à celui de la signature électronique il y a quelques années. Rien n'est encore acquis, mais les entreprises commencent à s'équiper massivement et dans cinq ans, elles le seront toutes* », commente Antoine Fabre. « *Nous pourrions être rentables d'ici six à neuf mois, mais ce n'est pas l'objectif premier. Nous allons bien sûr piloter en regardant de près la rentabilité, mais notre stratégie vise à nous construire une position forte sur le marché français en conservant une croissance importante* », poursuit-il.

Le précédent tour avait permis à Tomorro de faire croître ses équipes et de développer son activité. Dans les 18 prochains mois, la startup continuera à se concentrer sur le marché français. Grâce à ce nouveau tour de table, elle prévoit notamment de recruter plus de trente collaborateurs d'ici fin 2024. Ces recrutements devraient lui permettre d'accélérer la commercialisation de son produit et de s'appuyer sur les progrès de l'intelligence artificielle pour l'enrichir de nouvelles fonctionnalités. Tomorro envisage une série B dans deux ans, dont l'objectif serait l'accélération à l'international.

À l'occasion de cette nouvelle levée, la startup change de nom et s'offre un complet rebranding pour incarner au mieux la nouveauté qu'elle propose sur un marché qui était resté longtemps statique. « *Le nom de Leeway avait été choisi dans l'urgence, aujourd'hui avec cette série A,*

nous voyons l'occasion d'ouvrir un nouveau chapitre. Nous voulons nous présenter comme une marque moderne et innovante », conclut Antoine Fabre.



À lire aussi

Quelle dose de frugalité les entreprises doivent-elles adopter pour résister aux crises ?



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Manon Triniac