

Mirakl poursuit sa croissance (et sa route vers la rentabilité)

Mirakl vient d'annoncer ses derniers chiffres... Avec sa croissance de 20 % de son revenu annuel récurrent et le seuil de la rentabilité atteint pour son activité historique, Mirakl assoit son statut de licorne française.

Temps de lecture : minute

7 février 2024

Philippe Corrot, cofondateur et co-CEO de Mirakl, n'aime pas particulièrement l'appellation de licorne. « Je ne ne suis pas très à l'aise avec le terme de licorne, parce que c'est un animal qui n'existe pas. Or nous, on est une vraie boîte avec des vrais clients, des vrais collaborateurs qui travaillent au quotidien. » Force est pourtant de constater que Mirakl est pourtant bel et bien une licorne : sa dernière valorisation s'élevait à 3 milliards de dollars (lors de sa série F) et aucun événement ne l'aurais remis en question depuis.

Au fil du temps, Mirakl a diversifié ses sources de revenus. Après avoir commencé par la vente de logiciel de marketplace, l'entreprise a plus récemment commencé à proposer de nouveaux produits avec Mirakl Ads (une régie publicitaire dédiée aux marketplaces) et Mirakl Payout (une solution de paiement dédiée aux marketplaces). Mais 2023 aura surtout été l'année où la startup a réussi à atteindre la rentabilité sur son activité historique. Pour autant, l'objectif actuel de Mirakl n'est pas d'atteindre la rentabilité sur l'ensemble de ses activités à court terme.

« Sur nos nouveaux produits, on est dans des phases d'investissement qui peuvent durer plusieurs années. Cela a pris 10 ans pour atteindre la rentabilité sur notre activité de marketplace, on pense que cela va être

beaucoup plus rapide pour Ads et Payout, mais on est toujours dans cette phase d'investissement », explique Philippe Corrot.

Rester prudent, même avec 555 millions d'euros

L'hypercroissance a été fatale à plus d'une entreprise de la tech. Mirakl semble donc avoir fait le choix de la prudence. « Il faut garder la tête froide, rester focus et continuer à investir dans les équipes, mais de manière efficace. Certaines startups multiplient les effectifs par 8 avant de les diviser par dix. On a voulu avoir une croissance sereine et maîtrisée. Si j'ai un seul conseil à donner aux entrepreneurs, c'est de toujours garder le contrôle sur sa croissance. Il ne faut pas se laisser piéger par les sirènes du marché : quand ça va bien, faut pas croire que ça ira toujours bien. Mais quand ça va mal, il ne faut pas croire que cela ira toujours mal non plus », résume le cofondateur de l'entreprise.

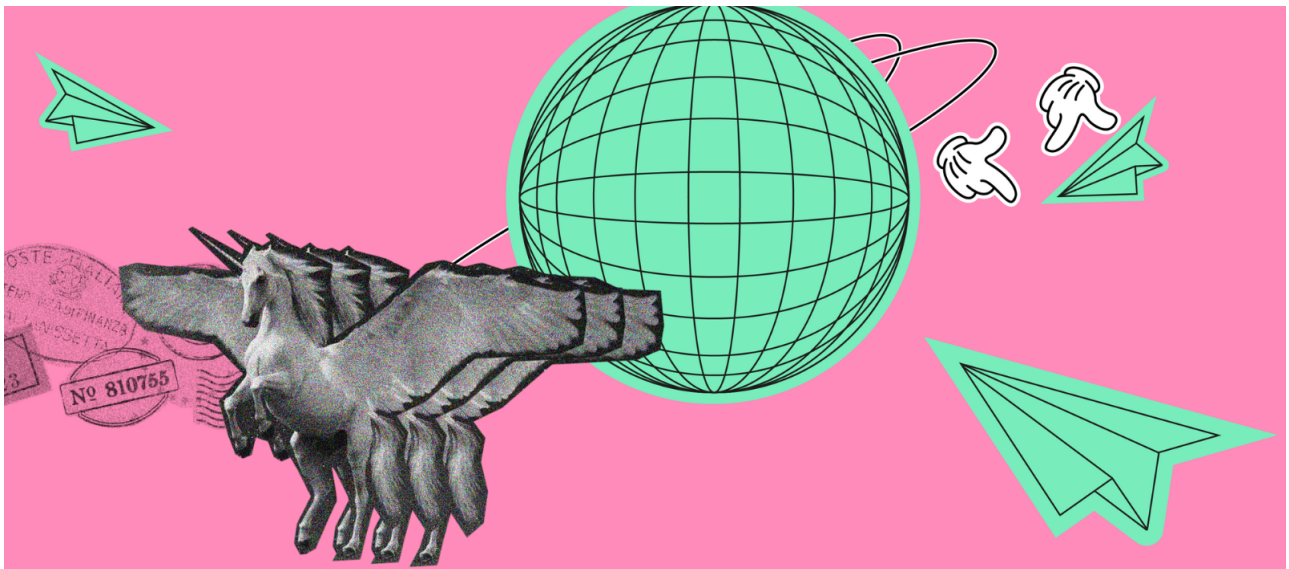
Résultat, Mirakl comptait 500 collaborateurs à la fin 2021. Aujourd'hui, elle n'en compte que 250 de plus pour atteindre des effectifs de 750 personnes.

En 2021, Mirakl annonçait sa levée de fonds record de 555 millions de dollars. Trois ans plus tard, il est temps de dresser un panorama de ce qui s'est passé depuis. Tout d'abord, il y a eu deux acquisitions (Octobat et Target2Sell) qui sont toutes les deux venues épauler la création des deux nouveaux produits, Mirakl Ads et Payout.

Surtout, depuis 2021, le volume d'affaires généré par les marketplaces de ses clients a presque doublé, atteignant les 8,6 milliards de dollars. Mirakl s'est aussi ouvert au Japon avec l'ouverture d'un bureau sur place.

Malgré un contexte macro-économique difficile, Mirakl affiche une croissance de 20 % pour atteindre les 160 millions de revenu annuel

récurrent (ARR). Et alors que le climat semble s'améliorer en 2024, la scale-up ambitionne de continuer cette croissance pendant encore longtemps.



À lire aussi
La France compterait 26 licornes... ou moins, on ne sait plus trop



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Valentin Pringuay