

Happydemics lève 13 millions d'euros pour confirmer sa place de référence de la mesure d'efficacité publicitaire

Le fonds suisse Wille Finance vient rejoindre Adelle Capital pour une série B de 13 millions d'euros qui va financer la croissance internationale d'Happydemics à commencer par le Royaume-Uni, les États-Unis, mais aussi l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne et le Moyen-Orient.

Temps de lecture : minute

3 décembre 2024

Rencontré en début d'année, Tarek Ouagguini avait déjà confié les grandes ambitions qu'il plaçait dans le futur d'Happydemics. Au lendemain de la publication de cet article, le CEO lançait le processus d'une nouvelle levée de fonds qui s'est conclu à la fin novembre.

« Pendant cette période, la traction à l'international s'est vraiment confirmée, partage-t-il à Maddyness. Le partenariat avec the Tradedesk a pris de l'ampleur et nous avons onboardé de nombreux nouveaux clients à l'international. Avec le GroupM et Dentsu tous deux au niveau européen, on a aussi Canal+ et on est en cours d'intégration sur Amazon Ads. »

Une belle croissance qui a convaincu Adelle Capital de remettre au pot (le fonds basé à Paris et Londres était déjà entré en 2020) et à Wille Finance (un family office basé à Zurich) de les rejoindre.

Au final, ce sont 13 millions d'euros qui sont annoncés aujourd'hui par

Happydemics pour soutenir les ambitions internationales de l'Adtech.

Rentable et en croissance : les deux mots clefs

La période n'est pas encore au beau fixe du côté des fonds d'investissement qui se montrent encore parfois frileux dans leurs participations. Si Tarek Ouagguini l'a ressenti, il a aussi très vite assisté à la validation de ses choix des dernières années : *« On était très bien placé puisque cela fait plusieurs années que l'on a travaillé sur notre rentabilité. Notre business model est éprouvé, nos finances sont saines. Tous des signaux qui ont été très rassurants pour les fonds. »*

L'arrivée de Wille Finance parmi les acteurs majeurs de ce tour pourrait être interprétée comme une volonté de s'ouvrir à l'Europe. Si c'est effectivement le cas, ce n'est pas toute l'histoire derrière ce choix :

« Comme souvent, c'est l'aspect humain qui compte encore plus. Cyril Petit (directeur d'investissement chez Wille Finance) a commencé sa carrière chez Ipsos sur de la mesure d'efficacité publicitaire avant de rejoindre ISAI notamment. Il a une grosse connaissance de la tech et de l'Adtech en particulier. On a eu un super fit avec lui. »

Wille Finance a aussi déjà été investisseur avec Adelle Capital sur d'autres dossiers, ce qui a également facilité la relation.

L'avenir d'Happydemics est global

La startup menée par Tarek Ouagguini réalise déjà 75% de ses revenus annuels récurrents en dehors de la France, mesurant entre 500 et 700 campagnes de publicité chaque mois.

L'entreprise poursuit donc la croissance de son chiffre d'affaires, celle-ci

atteignant 75% cette année (avant l'annonce de la levée) alors qu'elle était de 107% en fin d'année dernière.

Pour poursuivre sur cette trajectoire, une équipe est en train de se déployer au Royaume-Uni, et l'ouverture d'une antenne à New York (point d'entrée du secteur des médias aux États-Unis) est prévue pour 2025, tout en faisant ses premiers pas à Dubaï pour accompagner le marché du Moyen-Orient qui est en pleine croissance pour la startup. Dans un même temps, Happydemics continuera de piloter l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne depuis Paris.

« Je veux vraiment montrer qu'il est possible de construire un champion français sur ce secteur, en devenant la référence sur la partit brand lift analytics (mesure de l'impact direct des publicités). »



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

