

Les Rennais de Klaxoon lèvent 50 millions de dollars

La startup rennaise Klaxoon, qui vend des outils en ligne destinés à dynamiser les réunions dans les entreprises, a levé 50 millions de dollars pour accélérer son développement à l'international, a-t-elle annoncé jeudi.

Temps de lecture : minute

31 mai 2018

Les fonds français Idinvest et Sofiouest (groupe Sipa Ouest-France), la BPI et le fonds américain White Star Capital ont participé à cette nouvelle levée de fonds, amorcée en mars 2017. Celle-ci vient ainsi compléter une première opération de 5 millions d'euros en septembre 2016. Matthieu Beucher, le fondateur de l'entreprise âgé de 37 ans, garde le contrôle de la société avec ses associés à l'issue de l'opération, a-t-il indiqué à l'AFP.



À lire aussi

Le Rennais Klaxoon part à la conquête des États-Unis grâce à une nouvelle levée de fonds

La startup rennaise, qui emploie 150 personnes, affirme avoir séduit un million d'utilisateurs dans 1.500 organisations clientes, mais refuse de donner des indications sur son chiffre d'affaires. "Nous avons toujours été rentables", se borne à affirmer Matthieu Beucher.

Les outils de Klaxoon, concurrencés en France par Wisemply et Beekast, sont destinés à dynamiser les réunions en salle ou à distance, pour les rendre plus efficaces et moins soporifiques. Ils permettent notamment de privilégier l'écrit, redonnant une chance de s'exprimer à ceux dont l'éloquence n'est pas le fort, selon Mathieu Beucher. Ils sont accessibles via internet par des abonnements commençant à 19 euros par mois. Klaxoon commercialise également des outils physiques.

La levée de fonds va permettre à l'entreprise d'embaucher une centaine de personnes. Elle veut accélérer ses projets de recherche et développement et son implantation commerciale en Amérique du Nord et en Europe.

Klaxoon veut parvenir à imposer sa marque à l'international et devenir "un grand acteur de l'économie numérique", sur le modèle de Salesforce (outils de gestion de la relation client) ou Slack (outils de communication interne) qui ont connu des ascensions fulgurantes ces dernières années, indique Matthieu Beucher. "Il faut que Klaxoon devienne la marque associée aux réunions", a-t-il déclaré.

Article écrit par Maddyness avec AFP