

Akeneo lève 41 millions d'euros pour accélérer sur le marché américain

La startup nantaise Akeneo boucle son cinquième tour de table en six ans, d'un montant de 41 millions d'euros. De quoi lui permettre de réaliser son rêve américain.

Temps de lecture : minute

12 septembre 2019

Et de cinq ! En à peine six ans d'existence, Akeneo boucle déjà son cinquième tour de table. Une véritable pêche aux capitaux qui s'est cette fois conclue par une prise de 41 millions d'euros. Les Américains de Summit Partners entrent au capital tandis qu'Alven, Partech et Salesforce Ventures ainsi que l'entrepreneur Stephan Dietrich remettent au pot. En effet, après trois levées de fonds bouclées en 2013, 2014 et 2017, l'éditeur de logiciel et le fondateur de Neolane s'étaient discrètement glissés, en fin d'année dernière, parmi les actionnaires de la pépite. Une levée dont le montant exact n'avait alors pas été dévoilé mais qui s'élevait à "plusieurs millions de dollars", selon les informations de nos confrères des Échos. Ainsi, la jeune pousse a rassemblé près de 60 millions d'euros depuis sa création.



À lire aussi

Akeneo, cette startup française qui compte bien détrôner Excel

Cette opération financière doit permettre à la startup de monter en puissance commercialement aux États-Unis, où elle est implantée depuis plusieurs années. Pour cela, Akeneo mise sur ses partenaires : Salesforce, bien sûr, qui a intégré la solution de l'entreprise nantaise dans son logiciel Salesforce Commerce Cloud, mais aussi Magento. Sans oublier des investissements en recherche et développement, "*notamment dans le domaine de l'intelligence des données produits afin d'automatiser la gestion des informations produits et d'améliorer le contrôle de la qualité de l'expérience produit*", précise Akeneo. Enfin, l'entreprise prévoit de recruter une centaine de collaborateurs durant les prochains mois.

La jeune pousse mise sur les données, nouvel or noir des startups : elle a

créé une plateforme SaaS open source qui permet aux marques de gérer l'ensemble de leurs informations produits et de leurs catalogues pour le commerce omnicanal. Et ainsi d'unifier les informations produits sur tous les canaux de vente, un enjeu majeur pour les marques. " *Les consommateurs actuels interagissent en moyenne avec plus de cinq points de contact avant de prendre une décision d'achat, explique Fred de Gombert, PDG et cofondateur d'Akeneo. Il est donc de plus en plus important pour les marques d'utiliser une plateforme offrant une expérience produit intégrée et cohérente. La gestion de l'expérience produit est en train de devenir une application métier essentielle pour les marques et les retailers qui souhaitent s'imposer dans le commerce omnicanal.* "

Article écrit par Geraldine Russell