

Ankorstore lève 6 millions d'euros pour se lancer rapidement en Europe

Accusé d'avoir tué le commerce local, le digital ne pourrait-il pas l'aider à se renouveler ? C'est le pari d'Ankorstore, une plateforme qui connecte les marques et les marchands. Sa levée de fonds éclair devrait lui ouvrir les portes de l'Europe.

Temps de lecture : minute

9 décembre 2019

À la tête de l'entreprise, Mathieu Alengrin, Pierre-Louis Lacoste, Nicolas d'Audiffret et Nicolas Cohen, fins connaisseurs du monde du retail, notamment grâce à leurs expériences chez Vestiaire Collective, Etsy ou encore A little market.

Si le monde du B2C était leur terrain de jeu, c'est pourtant vers le B2B qu'ils choisissent de se tourner pour entreprendre. Conscients des difficultés que rencontrent les commerces physiques locaux, dont le nombre ne cesse de chuter dans les centres-villes chaque année, ils cherchent une solution pour les aider à attirer de nouveaux clients.

"Ce secteur n'a jamais été réinventé. Certains commerçants utilisent encore des fichiers Excel pour gérer leurs contacts" confie Pierre-Louis Lacoste. La digitalisation des PME est un véritable enjeu et beaucoup peinent encore à franchir le pas. La plateforme [Ankorstore](#) a pour objectif de leur montrer la voie en facilitant leurs échanges avec les marques.

Un pépinière de marques

Un des principaux freins des petits commerçants provient de leur incapacité à se renouveler. *“Ils ont souvent un problème de sourcing pour trouver de nouvelles marques et de nouveaux fournisseurs”*, ce qui finit par lasser les consommateurs. Ankorstore leur propose une solution complète comprenant de multiples services : facturation, historique des commandes et surtout un accès à un panel de marques qu’ils auraient eu du mal à contacter.

Une fois inscrits sur la plateforme, les commerçants peuvent entrer en contact avec une marque et choisir de commander une petite quantité de produits pour les tester en magasin avant de réaliser une commande plus importante. Ankorstore leur propose également une avance de trésorerie de 60 jours pour qu’ils *“puissent faire la preuve des produits dans leurs boutiques et renflouer leurs caisses avant une prochaine commande”* explique Pierre-Louis Lacoste.

Les marques, de leurs côtés, sont immédiatement prélevées par la plateforme qui prend une commission de 15% sur leurs ventes pour se rémunérer. Le service reste gratuit pour les commerçants.

La data, un outil de gestion et de prédiction

En parallèle, Ankorstore propose un service de facturation et un historique des commandes. *“L’objectif est vraiment d’aider les commerçants tout le long de la chaîne d’approvisionnement”* explique Pierre-Louis Lacoste. À terme, le back office permettra aussi d’intégrer de la publicité ou de télécharger des images des produits. *“Nous voulons aider les boutiques à aller plus loin grâce à leurs datas. L’idée est de pouvoir leur dire quels sont les produits qui se vendent le mieux à telle période”* renchérit Pierre-Louis Lacoste.

L'objectif final étant de laisser plus de temps aux commerçants pour s'occuper de leurs clients et de la décoration de leurs boutiques. *“Ça marche bien car nous répondons à un véritable enjeu”* ajoute Pierre-Louis Lacoste.

Et tout va vite chez Ankorstore. Le codage de la plateforme est lancé en avril 2019, l'onboarding des marques intervient en août pour un lancement global début novembre. En quelques semaines, la startup fédère plus de 1000 retailers et 300 marques et convainc même des investisseurs.

Objectif Europe

Jeune pousse lancée il y a seulement quelques semaines, Ankorstore vient de lever 6 millions d'euros auprès de Global Founders Capital, Alven et Aglaé Ventures.

Grâce à cette somme, celle-ci compte agrandir ses équipes en recrutant 10 à 20 personnes dans les mois qui viennent pour déployer le projet à plus grande échelle. La startup veut *“aller vite pour conquérir l'Europe en se concentrant d'abord sur l'Allemagne et l'Espagne”* confie Pierre-Louis Lacoste. Mais l'ambition de rendre *“plus sexy qu'internet les petits commerces”* ne se limite pas au voisinage français, Ankorstore vise déjà l'international.