

Fidzup lève 3 millions d'euros pour mettre le marketing mobile à la portée des commerçants

La startup Fidzup, spécialisé dans le marketing mobile à la performance pour les commerces physiques, a conclu un tour de table de 3 millions d'euros auprès de Cap Horn, Turenne Capital et de ses actionnaires historiques, CapDecisif Management via le FRCI et Petit Poucet Participation.

En fondant Fidzup, en 2011, Olivier Magnan-Saurin et Anh-Vu Nguyen ont voulu révolutionner la publicité digitale pour qu'elle bénéficie davantage aux commerces physiques. La startup développe alors une offre basée sur une technologie maison, la FizBox. Ce boîtier WiFi identifie les mobinautes qui pénètrent dans un point de vente et analysent ensuite la performance et le ROI des campagnes mobiles mises en place pour les retailers. De l'entrée dans le commerce jusqu'à l'achat, le comportement du mobinaute est analysé afin de répertorier des segments comportementaux « in store ». Contrairement à la technologie GPS, limitée par sa marge d'erreur pouvant aller jusqu'à 100 mètres, la précision du WiFi permet à Fidzup d'analyser le parcours du client au sein du magasin.

La plateforme programmatique & Analytique de Fidzup intègre ses propres technologies DSP, DMP et Tags Management dédiées au magasin physique. Cela permet aux responsables des points de vente de gérer les campagnes de promotions, de recrutement et de fidélisation et d'en mesurer l'impact avec précision. Avec sa solution, la startup adtech a déjà séduit une quarantaine de clients dont de grands noms tels que Les Galeries Lafayette, Darty, Grand Optical, GEMO, Timberland, La Halle, Renault, Peugeot, Mercedes, Cultura ou

encore FDJ.

Aujourd'hui, Fidzup révèle avoir levé 3 millions d'euros auprès des fonds Cap Horn, Turenne Capital et de ses actionnaires historiques, CapDecisif Management via le FRCI et Petit Poucet Participation. Grâce à cette somme, la jeune entreprise souhaite accélérer son développement commercial et technologique pour devenir le leader du marketing à la performance pour les retailers.

» Nous appelons tous les responsables du retail à tagger leurs magasins physiques comme ils le font déjà avec leurs sites e-commerce et à investir fortement dans la publicité mobile via notre plateforme centrée sur le ROI. Ainsi, ils transforment leurs points de vente en générateur de data tout en augmentant significativement leur trafic «

Olivier Magnan- Saurin, CEO de FIDZUP

Fidzup en quelques chiffres

- Créé en 2011
- Fondateur(s) : [Olivier Magnan-Saurin](#) et [Anh-Vu Nguyen](#)
- Siège : Paris
- Montant levé depuis la création : 3 500 000 euros euros