

Shapr lève 9,5 millions de dollars et lance sa première offre payante

L'application Shapr, qui renouvelle le networking, a convaincu plusieurs investisseurs privés prestigieux tout en bouclant une campagne de crowdequity auprès de ses utilisateurs.

Après avoir lancé son service aux États-Unis, Shapr souhaite accélérer. La startup vient de boucler un nouveau tour de table de 9,5 millions de dollars (environ 8,5 millions d'euros) auprès de plusieurs investisseurs privés tels que Franck Riboud, président de Danone, la famille Bouygues et la famille Afflelou mais aussi des utilisateurs de l'application qui ont eu l'opportunité d'investir via la plateforme de crowdequity Anaxago.

C'est l'une des particularités de Shapr : aucun fonds n'est – pour l'instant – présent au capital. *« Nous avons levé 16,5 millions de dollars, toujours auprès d'investisseurs privés, se réjouit Ludovic Huraux, cofondateur de Shapr. Cela se fait au fil des rencontres et des interactions humaines. C'est ce qui nous permet d'avoir un panel éclectique d'investisseurs aux profils très différents. »*

Un service bien implanté aux États-Unis

Après son expérience avec Attractive World, le site de rencontres qu'il avait lancé avant de débiter l'aventure Shapr et qui s'était intéressé tardivement au marché américain, Ludovic Huraux avait très vite souhaité ouvrir son service à

l'international. Il investit donc dans le marketing outre-Atlantique, notamment une campagne dans le métro new-yorkais. Bingo : « *les deux tiers de nos 500 000 utilisateurs sont américains et 25% français* », explique-t-il.

[A relire : Entre Tinder et Viadeo, le réseau social professionnel Shapr s'installe dans le paysage](#)

Les fonds levés doivent permettre à Shapr de doubler ses effectifs, à la fois en France au sein des équipes techniques et aux Etats-Unis parmi les équipes commerciales. L'application s'étoffera bientôt du service Shapr Premium, premier pas vers la monétisation et la rentabilité. Les utilisateurs « premium » pourront bénéficier de 50 mises en relation par jour, contre 15 dans la version gratuite, changer leur localisation au gré de leurs déplacements ou leurs envies et accéder à des fonctionnalités pour donner davantage de visibilité à leur profil.