

Mirakl vaut désormais 3 milliards d'euros en profitant du boom de la vente en ligne

Mirakl, spécialiste français des places de marché en ligne, a annoncé mardi avoir bouclé une levée de fonds de 555 millions de dollars, soit 473 millions d'euros, qui valorise l'entreprise à près de 3 milliards d'euros.

Plus rien n'arrête les startups françaises établies à l'activité rentable ou en tout cas aux rentrées commerciales assurées et exponentielles. Sorare, ManoMano et maintenant Mirakl : ces jeunes entreprises du numérique à l'énorme potentiel de croissance n'ont aucun mal à trouver les investisseurs capables de leur fournir les financements, assurant à la fois le recrutement de profils à haute valeur ajoutée et leur déploiement international.

Mirakl, éditeur de logiciels spécialisé dans les places de marchés en ligne, qui permettent aux distributeurs de proposer une offre pléthorique à leurs clients sans avoir à gérer les stocks, en agrégeant des vendeurs tiers.e, qui avait déjà levé 300 millions de dollars en septembre 2020, revendique « la cinquième plus importante » levée de fonds « pour une entreprise du secteur des logiciels (SaaS) en Europe », et la plus importante en France dans ce secteur, selon son cofondateur Philippe Corrot, contacté par l'AFP mardi, après l'annonce d'un tour de table de 555 millions de dollars.

Avec les fonds levés auprès de prestigieux investisseurs comme le californien

Silver Lake, Mirakl prévoit de recruter 350 développeurs pour travailler sur l'intelligence artificielle, ou de déployer « de nouvelles fonctionnalités » comme le dropshipping, qui consiste à mettre en vente un produit que l'on n'a pas encore en stock mais que l'on obtient auprès d'un fournisseur.

Selon le décompte effectuée par Maddyness avec les données de la plateforme Dealroom, Mirakl réalise ainsi la deuxième plus importante levée de fonds de l'histoire de la French Tech. Créée en 2012, l'entreprise avait annoncé début janvier avoir réalisé une année 2020 « assez exceptionnelle », avec un volume d'affaires sur les places de marché de ses clients (Gross Merchandise Value, indicateur de référence de l'activité des places de marché en ligne) de 3,1 milliards de dollars (2,6 milliards d'euros environ).

À lire aussi

Alan, Mirakl... Les bons comptes de l'aide à l'amorçage de Bpifrance

Environ un cinquième de ce volume d'affaires concerne des acteurs français, précisait alors l'entreprise, qui propose des solutions à destination des consommateurs (en « B2C », comme celles de Leroy Merlin ou Carrefour France) mais aussi entre professionnels (en « B2B », pour AirbusHelicopters, TetraPak ou Thales par exemple).

Mirakl entend en outre faire « *croître rapidement Mirakl Connect* », son écosystème de vendeurs pré-référencés et sélectionnés pour la qualité de leur offre. L'entreprise, qui revendique « *des collaborateurs dans 14 pays et des clients dans plus de 40 pays* » selon Philippe Corrot, veut en outre poursuivre son développement à l'international, ciblant « *les principaux marchés de la zone EMEA (Europe-Moyen-Orient-Afrique), des Amériques et de l'Asie-Pacifique* ». Elle veut enfin se donner les moyens de saisir « *toutes les opportunités de développement, y compris de croissance externe* ». « *Nous n'avons pas d'acquisition en tête précisément* », a déclaré sur ce point Philippe Corrot, « *mais nous voulons pouvoir saisir les opportunités quand elles vont se présenter, avoir les moyens d'agir le jour où l'on identifie une cible* ».

À lire aussi

Mirakl fait le bilan d'une année 2020 « exceptionnelle »

Article écrit par MADDYNESS AVEC AFP