

La licorne Aircall "dépasse" les 100 millions de dollars de revenus annuels

Après s'être vu octroyer le statut de licorne en 2021, l'expert des services de téléphonie d'entreprises connectées Aircall revendique celui de centaure, assurant avoir "dépensé" les 100 millions de dollars de revenus récurrents annuels.

Temps de lecture : minute

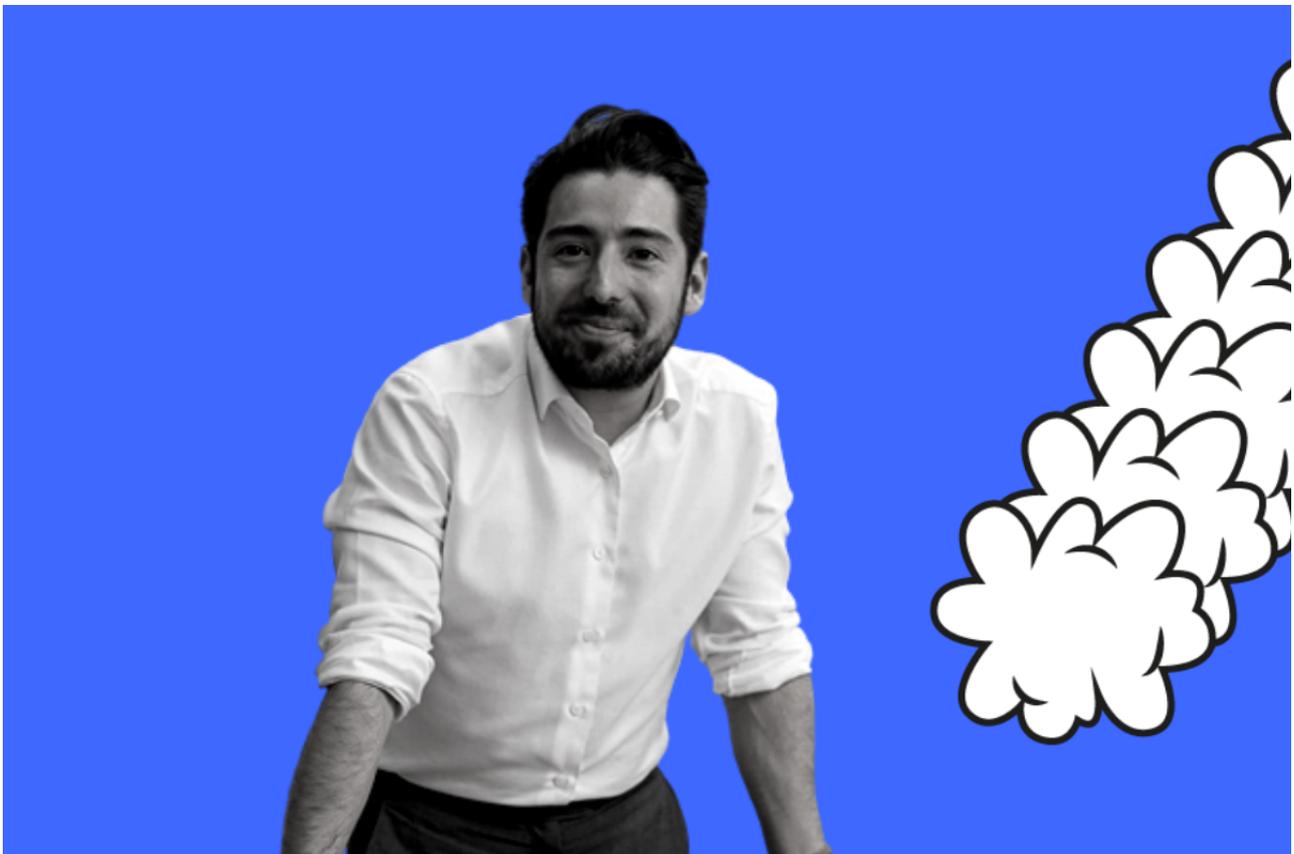
28 juin 2022

De "licorne" à "centaure" : la jeune pousse française Aircall, spécialisée dans les services de téléphonie d'entreprises connectées, a annoncé lundi 27 juin 2022 avoir "dépensé" les 100 millions de dollars de revenus récurrents annuels, un nouveau critère pour valoriser les performances d'une startup. Après avoir atteint en 2021 le statut de licorne, qui désigne des entreprises valant plus d'un milliard de dollars, Aircall entre ainsi dans la catégorie du "centaure" , les startups dont les revenus récurrents annuels (ARR) dépassent les 100 millions de dollars.

"Parler revenus, plutôt que valorisation"

Selon le fonds de capital-risque Bessemer Ventures Partners, à l'origine du concept, il existe 150 "centaures" dans le monde, contre plus de 1 000 "licornes". *"On pense que c'est le futur de parler de revenus, plutôt que de valorisation. C'est le seul critère qui est objectif"* , explique Jonathan Anguelov, co-fondateur et directeur général d'Aircall. *"Il y a des entreprises qu'on appelle licornes qui font à peine un million de chiffre d'affaires, certaines en font 10 ou 50 millions (de dollars de chiffre d'affaires). C'est difficile de comparer"* , complète-t-il.

Fondé en 2014, Aircall compte actuellement plus de 700 employés dans "une dizaine" de bureaux dans le monde. L'entreprise revendique 13 000 clients à date et 85 % de chiffre d'affaires réalisé "hors de France". Si cette nouvelle étape "rapproche" Aircall d'une introduction en Bourse, selon Jonathan Anguelov, l'entreprise indique viser la rentabilité "d'ici à trois ans" , alors qu'elle a enregistré une croissance de 70 % de son ARR sur un an. Pour rappel, l'entreprise a développé des outils de communication à destination des entreprises et compte parmi ses clients des spécialistes des relations marketing et clients tels que Blablacar ou ManoMano.



À lire aussi

Des licornes à tout prix : entre hérésie, méconnaissance de l'écosystème et raison

