Contentsquare boucle un nouveau tour de table de 600 millions de dollars

Sixième tour de table pour Contentsquare, la startup française spécialiste de l'expérience en ligne. Une levée de fonds composée d'une série F de 400 millions de dollars, ainsi qu'une partie en dette à hauteur de 200 millions de dollars. Un nouveau signal fort pour la French Tech qui enchaîne les levées records depuis le début de l'année.

Temps de lecture : minute

---

21 juillet 2022

Nouvelle mega-levée pour la French Tech, qui enregistre dès le début du second semestre 2022, un tour de table record de la part de Contentsquare, déjà listée parmi les licornes françaises. Un peu plus de 18 mois après une levée de fonds de 408 millions d'euros, la startup vient donc d'annoncer une nouvelle opération financière composée de 400 millions de dollars en fonds propres (auprès de Sixth Street et de LionTree, ainsi que de ces investisseurs historiques, la Bpifrance, Canaan, Eurazeo, Highland Europe, KKR, SoftBank Vision Fund 2 et des fonds et mandats gérés par BlackRock) ainsi que 200 millions de dollars en dette porté par un collectif d'établissements composé de BNP Paribas, Crédit Agricole Corporate & Investment Bank, Goldman Sachs, JP Morgan et Société Générale.

Une valorisation qui atteint 5,6 milliards de

dollars.

Six tours de table (qui représentent à eux tous 1,4 milliard de dollars levés), 6 acquisitions - dont Hotjar en 2021 - depuis sa création et 1 500 collaborateurs à travers 17 bureaux dans le monde entier, des chiffres qui font exploser les compteurs de la French Tech. Contentsquare, dont la vision est de créer la meilleure plateforme SaaS d'optimisation et d'analyse de l'expérience utilisateur, atteint par la même occasion, une valorisation de 5,6 milliards de dollars. Une valorisation qui a doublée par rapport à son dernier tour en mai 2021 toujours portée par Jonathan Cherki, son fondateur historique, qui projette déjà son entreprise dans les 20 prochaines années "*avec une vision claire de son développement*".

A l'heure où la protection de la vie privée devient de plus en plus un sujet central du débat public, Contentsquare a su proposer une solution d'analytics sans cookies. Avec plus de 2,5 milliards de dollars de transactions qui sont mesurées chaque jour via ses services, Contentsquare permet aux clients de sa plateforme, de parfaire l'expérience de leurs utilisateurs, que ce soit sur les sites web, ou même les applications mobiles en combinant l'analyse des données comportementales, l'intelligence artificielle et le big data. Contentsquare fournit des recommandations automatiques et permet notamment aux équipes marketing, de mesurer l'efficacité des actions menées (sur les textes, images et vidéos), en faveur des utilisateurs.

Une solution qui semble plaire, avec un chiffre d'affaires de "*plusieurs centaines de millions de dollars de revenus récurrents annuels (ARR) et une croissance annuelle supérieure à 100 %*" selon un communiqué récent de l'entreprise qui compterait par ailleurs plus d'"*1 million de clients*" à travers le monde.

"*Cette nouvelle levée de fonds reflète l'ambition et l'énergie inépuisables de l'équipe de Contentsquare, unie autour d'une même mission :*

accompagner nos clients dans la création d’expériences digitales plus intuitives, plus mémorables, plus humaines" , rappelle Jonathan Cherki, CEO et fondateur de Contentsquare.

Fondée à Paris en 2012, la startup est rapidement devenue une scaleup incontournable de l'écosystème, et souhaite aujourd'hui accélérer son développement, notamment en armant davantage son service R&D (et renforcer les fonctionnalités liées à la protection de la vie privée), qui compte déjà 430 collaborateurs. De futures acquisitions et des investissements dans des initiatives à impact (via Kat Borlongan, nouvelle Chief Impact Officer de la licorne) dans les domaines de l’accessibilité digitale, la protection de la vie privée et le développement durable sont également à l'ordre du jour. Jonathan Cherki et son équipe ont aussi dans leur plan d'ouvrir de nouvelles antennes internationales pour élargir la commercialisation de la plateforme.

Article écrit par Etienne Portais