

Audion amplifie ses ambitions et lève 6 millions d'euros

Une levée à 6 millions d'euros pour la startup Audion et c'est tout un secteur, celui de l'audio numérique qui connaît une croissance sans précédent dans un contexte de mutation du marché de la publicité sous l'impulsion d'une Adtech historiquement dynamique en France.

Temps de lecture : minute

15 novembre 2022

Record dans le paysage de l'audio digital français : 6 millions d'euros en série A ont été levés par Audion auprès de son investisseur historique Founders Future, d'Elevation Capital, de la Financière Arbevel et de business angels. Derrière cette success story, deux amis, Arthur Larrey et Kamel El Hadeif, sur la même fréquence pour permettre aux éditeurs de développer tout le potentiel autour de l'audio, de diffuser des publicités sur leurs contenus et de convertir leurs articles en podcast.

Après une levée en amorçage de 1,1 million d'euros en 2019, Audion a connu une hausse de près de 100 % de son chiffre d'affaires en 2022. L'ambition est désormais de devenir d'ici trois ans le leader européen sur le marché de la monétisation du digital audio avec des innovations dans tous ces formats.

6 millions d'euros pour le développement technologique et à l'international

" Dans un marché assez fragmenté, Audion se démarque par l'accompagnement des éditeurs sur toute la chaîne de valeur audio en

leur fournissant des technologies innovantes leur permettant de créer et héberger de nouveaux contenus, puis de les monétiser de façon automatisée ", affirme Kamel El HadeF.



La startup met en effet à disposition des marques sa technologie propriétaire et son savoir-faire pour leur permettre de communiquer efficacement sur l'ensemble des supports du digital audio. Une partie de cette levée de fonds va donc renforcer l'avance technologique avec le recrutement de pas moins d'une dizaine de développeurs sur les 50 prévus d'ici à 18 mois. Sa dernière technologie PrintAudio, qui permet de convertir des articles texte en podcast et de les diffuser, est d'ailleurs déjà mise en place sur presque un milliard de pages web. L'autre ambition est d'accélérer le déploiement à l'international en 2023 avec l'Italie et l'Allemagne, puis l'Espagne pour la startup déjà implantée en France et au Royaume-Uni.

76,3 % des internautes écoutent du contenu en ligne chaque mois

L'entreprise, qui collabore déjà avec les principaux groupes média français, va renforcer aussi son offre auprès de ses partenaires éditeurs, plateformes et ses clients annonceurs et agences média pour continuer à innover et accompagner cette révolution audio digitale. " *Replay radio, podcast natif, streaming musical, webradio... le secteur a beaucoup évolué ces dernières années en s'adaptant aux modes de consommation du public. Une tendance qui n'a pas échappé aux marques et éditeurs qui ont besoin d'élargir leurs cibles sur de nouveaux formats, en plus où la mémorisation est meilleure, en adaptant leur offre et leurs moyens de communication* " souligne Kamel El Hedef. Un chiffre significatif vient confirmer ses dires : 76,3% des internautes écoutent du contenu en ligne chaque mois selon le Panorama de l'Audio digital de l'IAB.

La mutation du marché de la publicité sous l'impulsion de l'Adtech

Désormais, la croissance de l'audio digital dépend en grande partie de la publicité puisque les éditeurs et producteurs ne peuvent proposer une offre audio sans capacités de monétisation. D'où la pertinence de l'offre de Audion, seul acteur français sur le marché, et des technologies comme la DCO qui permet la personnalisation en temps réel de créations publicitaires digitales par les données recueillies sur l'utilisateur.

" *La chance du digital audio est aussi de bénéficier de l'expérience acquise avec sa grande sœur la vidéo, et notamment de ne pas inonder de pubs en pré-roll, mid-roll et post-roll pour préserver un contrat d'écoute fondamental dans le secteur au risque de faire fuir les auditeurs, avec souvent une seule publicité adaptée au message* ". Résultat : dans un contexte de mutation du marché de la publicité sous l'impulsion d'une

Adtech historiquement dynamique en France, seul l'audio digital maintient ainsi une croissance forte, de l'ordre de plus de 50 % selon [l'Observatoire de l'e-pub](#).

Article écrit par Thibault Caudron