

Leto lève 1,2 million pour faciliter la gestion de la RGPD

La legaltech française Leto lève 1,2 million d'euros pour développer et déployer sa solution d'automatisation pour mettre les entreprises en conformité au regard du RGPD, règlement général sur la protection des données.

Temps de lecture : minute

6 décembre 2022

Dans une première vie professionnelle, Benjamin Lan San Luk, cofondateur de Leto, réalisait des opérations d'acquisition intégrant des audits : " *La démarche portait notamment sur la protection des données personnelles et j'ai constaté que, même si les entreprises s'en souciaient, la plupart n'était pas en conformité* ". À la recherche d'un outil pour mieux mener les inventaires des données personnelles qu'elles portent sur les clients, les salariés, les prospects, les visiteurs d'un site internet ou encore les partenaires ; Benjamin Lan San Luk ne trouve rien et décide de le créer avec son associé Edouard Schlumberger.

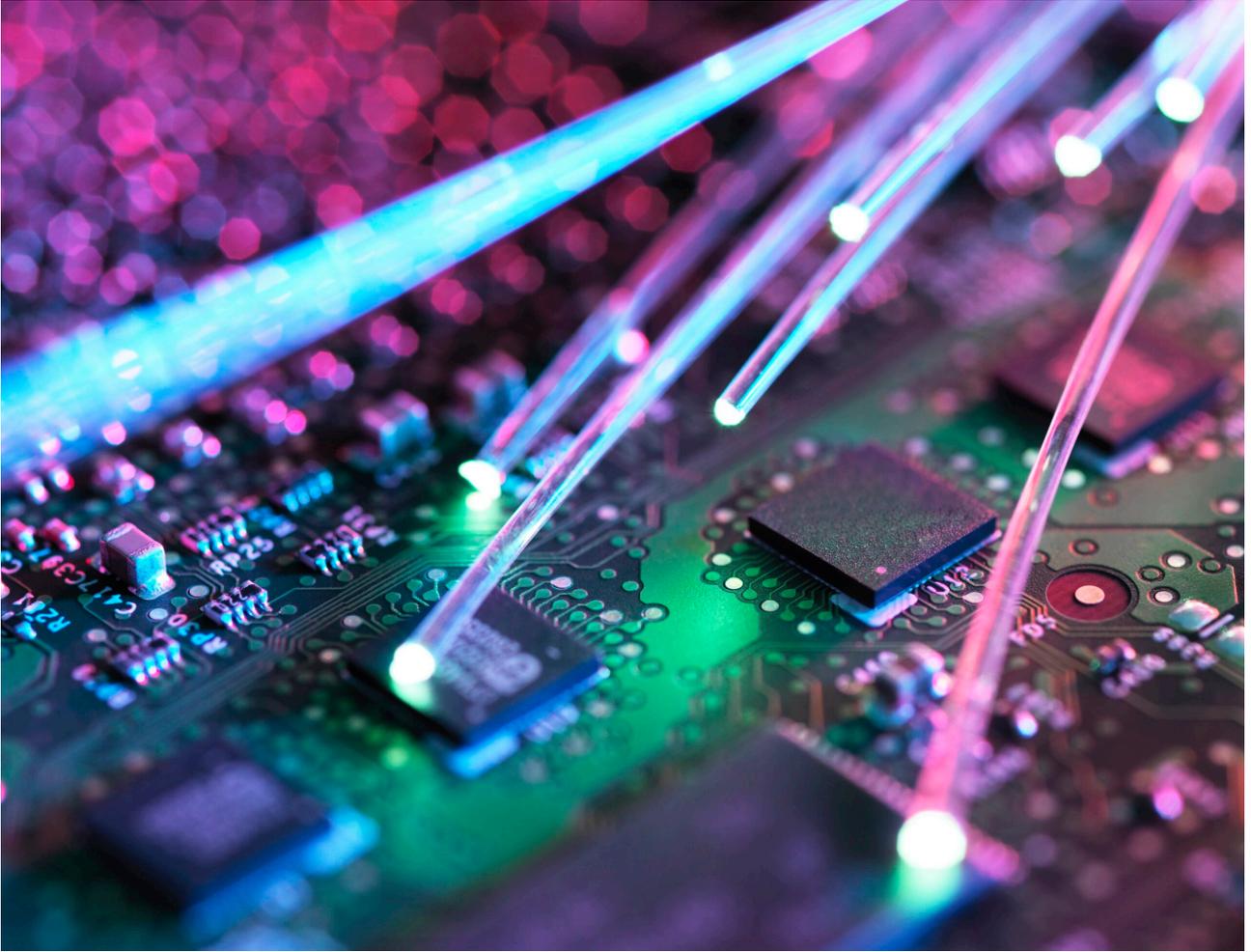
Ils fondent Leto en 2021 et commercialise leur solution en janvier 2022. " *Les entreprises pensent que la RGPD se limite à la demande de consentement en ligne mais ce n'est que la partie émergée de l'iceberg. Elles ne prennent pas en compte le registre de traitement des données, l'inventaire des données personnelles ou encore l'exercice du droit qui permet à chaque individu de demander une copie de ses données ou leur suppression* ".

Des ambitions affichées

La startup hébergée à Station F, et sur le cloud français, ne s'adresse pas aux grands groupes mais aux TPE, PME et ETI pour qui la RGPD recouvre plusieurs enjeux. " *Les grands comptes initient la démarche auprès de leur fournisseur en les auditant sur le RGPD, les encourageant à se mettre en conformité* ". Outre les relations B to B, la protection des données relève également d'une dimension marketing amenée à se renforcer dans le cadre des relations B to C. Une étude de la CNIL précise d'ailleurs que 87 % des Français sont inquiets sur l'usage que les entreprises font de leurs données personnelles. " *Une autre étude précise que 39 % des consommateurs sont prêts à dépenser plus en choisissant une entreprise qui protégera leurs données* ".

Pour accélérer sa commercialisation et atteindre son objectif de passer d'une quinzaine à une centaine de clients d'ici 18 mois, Leto vient de lever 1,2 million d'euros auprès de Kima Ventures, 50 Partners, Polymatter Ventures et plusieurs business Angels. " *Nous nous sommes tournés vers des fonds d'entrepreneurs auxquels nous nous identifions tant par nos parcours que notre solution. Nous comptons également des spécialistes de la data privacy qui apportent leur expertise comme Bernard Kirsch - responsable de la protection des données chez L'Oréal* ".

Les fonds contribueront à renforcer l'équipe pour passer de quatre à dix personnes en début d'année 2023. Des profils commerciaux contribueront au déploiement de la startup tandis que des profils techniques amélioreront encore la solution en y intégrant notamment de l'intelligence artificielle capable de détecter les données personnelles, y compris sur des documents scannés. Autant d'axes de travail sur lesquels planche Leto avec l'idée de devenir le leader européen de la protection des données d'ici cinq ans.



À lire aussi

L'international, facteur clé de succès des startups françaises de l'IoT

Article écrit par Nadege Hubert