Axeptio lève 3,5 millions d'euros pour se déployer en Europe

La startup, spécialisée dans le recueil de preuves de consentement sur les sites web, amorce son déploiement à l'international. Elle vient de réaliser une première levée de fonds qui lui permettra également de recruter pour continuer à améliorer son outil.

Temps de lecture : minute

3 mai 2023

" La navigation sur internet est désormais ponctuée de nombreuses demandes de consentement : acceptation de cookies, conditions générales de ventes ou abonnement à une newsletter. Ces sollicitations fatiguent les internautes, ce qui impacte les taux de conversion sur les sites marchands. ". Pour améliorer les performances des sites web, Romain Bessuges-Meusy, dirigeant d'Axeptio, a créé une plateforme permettant de recueillir le consentement des internautes.

Un secteur devenu très concurrentiel

Car l'application du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), qui encadre le traitement des données personnelles par les acteurs du numérique, a initié la création des entreprises de gestion du consentement en 2018. Un secteur devenu très concurrentiel avec l'arrivée de plus de 50 acteurs. *" Les plateformes proposent à leurs clients de se mettre en conformité avec le recueil des preuves de consentement des internautes pour faire du tracking. Mais elles utilisent souvent un design persuasif et des méthodes intrusives, de sorte qu'il soit compliqué de refuser pour les utilisateurs ", souligne Romain Bessuges-Meusy. Lui, a*

choisi de partir à contre-courant de ces concurrents en proposant aux internautes : " *des choix successifs, afin qu'ils puissent décider de manière précise ce qu'ils veulent faire ou non.* " . " *Nous considérons que notre outil est un premier point de contact marketing, il permet de mesurer la confiance qu'ont les utilisateurs en la marque et d'améliorer, d'emblée, leur expérience* ", précise le dirigeant, qui atteint environ 70 % de taux de consentement grâce à son outil, contre 75 % pour la moyenne nationale.

En Europe, au Brésil et aux États-Unis

La société créée en 2019 a déjà séduit 50.000 sites web et veut poursuivre son développement. Pour cela, elle vient de réaliser sa première levée de fonds de 3,5 millions auprès d'ISAI, Evolem et Ovni Capital. Son principal objectif : amorcer son expansion à l'international. " *Nous comptons déjà 10 % de clients internationaux répartis dans 40 pays et nous voulons désormais répliquer notre stratégie à l'international, en commençant par les pays européens* ", indique le fondateur qui envisage de s'appuyer pour cela sur des partenaires comme des plateformes e-commerce. Les pays européens ont en effet tous la même réglementation concernant le recueil du consentement des internautes pour l'utilisation de leurs données à des fins publicitaires. La société cible dans un premier temps l'Allemagne, les Pays Bas, l'Italie, l'Espagne et la Pologne, qui ont été sélectionnés pour leur taille de marché. Et d'ici 2, 3 ans, Axeptio envisage de s'étendre au Brésil et aux États-Unis. Dans le même temps, la société souhaite continuer à améliorer son outil grâce à de nouvelles fonctionnalités telles que la gestion des consentements pour les conditions générales d'utilisation et de ventes mais aussi l'aspect administratif des jeux concours ou des inscriptions aux newsletters. " *Notre plateforme permet d'optimiser la conformité des entreprises et facilite les démarches* ", souligne le dirigeant qui envisage de recruter 15 personnes d'ici 2024 pour porter ses effectifs à une cinquantaine de

salariés.

Article écrit par Jeromine Doux