

Bricks, le startup studio des fondateurs du groupe Cerise, devient Sparteo pour acter sa transformation

Bricks change de nom pour mettre en œuvre une nouvelle approche. Exit le startup studio, place à un groupe adtech qui nourrit de fortes ambitions en Europe.

Temps de lecture : minute

6 juillet 2023

Nouvelle identité pour Bricks. Six ans après sa création, le startup studio nordiste change en effet de nom pour devenir Sparteo. Cette nouvelle dénomination doit permettre à la structure de se transformer en groupe intégré qui développe une suite de technologies à destination des publishers. L'entité se décrit dorénavant comme un "*one-stop-shop des publishers*". C'est aussi l'occasion de se différencier de la startup montpelliéraine Bricks.co, spécialisée dans l'investissement immobilier.

Cette réorganisation marque une nouvelle étape dans l'existence de Sparteo. Lancé en 2017 par les quatre fondateurs du groupe Cerise (l'éditeur de Gentside et Ohmymag, vendu en 2016 à Prisma Media), à savoir Denis Marchant, Thomas Pruvot, Benjamin Tolman et Pierre Orlac'h, le startup studio avait initialement vocation à créer des jeunes pousses technologiques, ou de faire des build up avec des startups déjà existantes, à l'intersection des contenus et des audiences. L'objectif était ainsi de faire naître des entreprises solides, pérennes et rentables dans les 24 à 36 mois qui suivent le début du projet.

Cette approche a permis de faire émerger quatre solutions à destination

des publishers : Actirise (Display), FastCMP (CMP), Viously (vidéo) et Voxeus (audio). Celles-ci ont attiré de l'attention de grands groupes médias, à l'image du Figaro, et des pure-players comme Futura. Mais l'appétit de ces acteurs a poussé Sparteo à ajuster le tir pour s'adapter à leurs besoins qui évoluent en raison de quatre problématiques majeures : un écosystème de monétisation, d'audience et de diffusion qui ne cesse de se complexifier, la nécessité de créer de nouveaux modèles économiques pour augmenter leurs revenus, l'usage de l'IA pour améliorer la performance des outils publicitaires, et la gestion des données et de l'empreinte carbone.

"Ce qu'Adobe a fait pour les créatifs, Sparteo va le faire pour les publishers sur un modèle de partage de revenus"

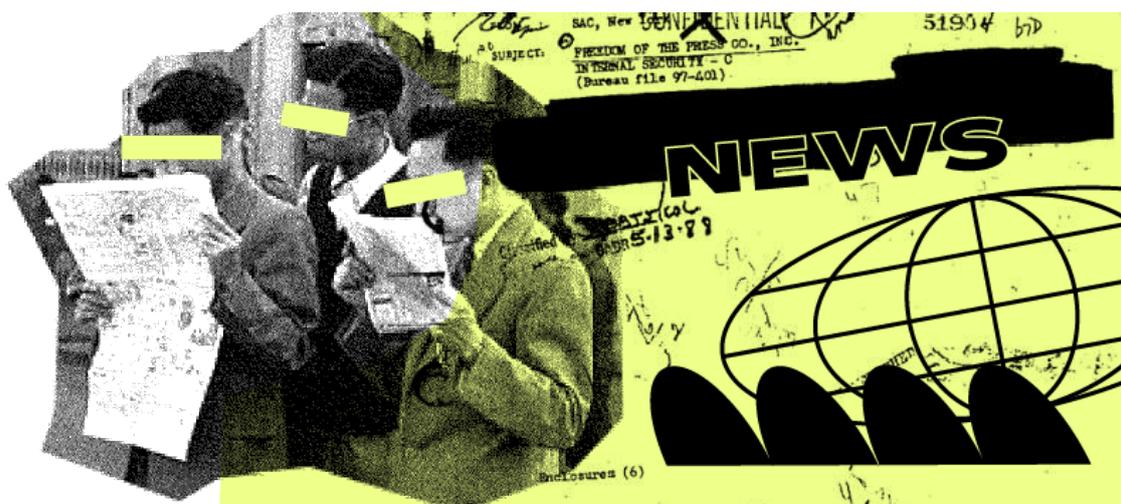
Dans ce contexte, Sparteo a estimé que le moment était venu d'apporter une meilleure lisibilité à son offre. *"En unifiant nos solutions sous une marque commune, Sparteo est prêt pour devenir, dans les années à venir, un leader global et indépendant de l'adtech pour les publishers"*, estime Denis Marchant, co-fondateur de Sparteo. *"Ce qu'Adobe a fait pour les créatifs, Sparteo va le faire pour les publishers sur un modèle de partage de revenus : Sparteo se rémunère quand le publisher gagne de l'argent"*, complète Benjamin Tolman, qui figure également au sein de l'équipe fondatrice de la structure.

Basé à Tourcoing, commune qui appartient à la Métropole européenne de Lille, Sparteo nourrit également des ambitions à l'international. *"Un quart de l'activité est faite hors de France et nous avons maintenant pour ambition de nous déployer rapidement en Europe"*, indique Denis Marchant. Pour rappel, Sparteo compte déjà des bureaux à Berlin et Londres sur le Vieux Continent. Une dynamique que souhaite amplifier la

structure dans les prochains mois.



À lire aussi
Bricks, le startup studio créé par les fondateurs du groupe
Cerise



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups
françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Maxence Fabron