Planity lève 45 millions d’euros pour poursuivre son développement à l’international

Après avoir levé 10 millions d’euros en 2020 et 30 millions un an plus tard, la startup, qui développe un outil de prise de rendez-vous pour les salons de coiffure ou d’esthétique, vient d’annoncer un nouveau tour de table. L’objectif : continuer à s’implanter en Europe.

Temps de lecture : minute

20 février 2024

Sur les 140 000 établissements de beauté que compte la France, Planity en a séduit 37 000. Des salons de coiffure, d’esthétique mais également des barbiers. Grâce à son logiciel SaaS, elle leur propose de gérer la prise de rendez-vous en ligne mais également les paiements, les cartes cadeaux, les abonnements ou encore les stocks. *« Nous offrons également la possibilité aux consommateurs de payer en ligne »*, indique Antoine Puymirat, dirigeant et co-fondateur.

La startup née en 2017 a déjà levé 100 millions d’euros depuis ses débuts. Notamment pour étoffer ses équipes de commerciaux. *« Ils sont 200 en tout, à faire du porte à porte. C’est l’un de nos plus gros investissements »*, souligne le dirigeant qui emploie, au total, 400 salariés. Pour sa série A, en 2020, Planity avait rassemblé 10 millions d’euros avant de lever 30 millions un an plus tard. *« L’objectif était d’ouvrir l’Allemagne, la Belgique et de poursuivre notre développement en France »*, indique le dirigeant.

Un outil à base d’IA conversationnelle

Désormais, la startup veut poursuivre son développement en Europe et annonce une levée de fonds de 45 millions d’euros, auprès d’InfraVia Capital Partners et de ses actionnaires historiques Crédit Mutuel Innovation, Revaia et Bpifrance Digital Venture. *« Notre volonté est de poursuivre notre développement en Allemagne et en Belgique, ce sont des pays peu équipés, avec de gros pouvoirs d’achat. Le Royaume Uni est intéressant de ce point de vue là mais est déjà très concurrentiel. »* Avec ce nouveau tour de table, l’objectif de Planity est également de s’implanter dans d’autres pays européens. *« Nous ne nous sommes pas encore positionnés sur des pays en particulier mais notre objectif est de nous focaliser sur les marchés où les établissements font de gros chiffre d’affaires. En Italie par exemple, les salons sont très petits, c’est moins stratégique pour nous. Nous regardons plutôt l’Europe du Nord. »*

En parallèle, Planity souhaite continuer à développer son logiciel. *« Nous développons un outil à base d’IA conversationnelle pour gérer les rendez-vous par téléphone via un bot pour automatiser à 100 % la prise de rendez-vous »,* indique Antoine Puymirat, qui s’appuie sur les demandes de ses clients pour améliorer sa plateforme. *« Les professionnels souhaitent également pouvoir encaisser leurs clients avec leur téléphone portable, que l’on peut transformer en TPE. Nous travaillons aussi sur ce type de service »*, poursuit le dirigeant, qui envisage de recruter 300 personnes en 2024.

En 2025, la startup souhaite également se diversifier dans le secteur du bien-être. *« Nous ciblons la médecine douce, le fitness, le yoga… »* Même si la digitalisation du secteur de la beauté est récente et qu’il reste beaucoup à faire. *« Aujourd’hui, en Europe, seulement 7 % des établissements de beauté ont adopté la réservation en ligne. C’est 22 % en France. Le secteur de la beauté est un des derniers non digitalisés »,* assure le cofondateur de Planity, qui fait le même constat dans le

domaine du bien-être.

À lire aussi
Blissim : le monde des box beauté n’a pas encore dit son dernier mot

MADDYNEWS

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

JE M’INSCRIS

Article écrit par Jeromine Doux