

Vectaury lève 20 millions d'euros et ouvre trois pays

Vectaury annonce ce mercredi avoir bouclé un tour de table de 20 millions d'euros. Une opération qui signe l'une des plus importantes levées dans le domaine de l'Adtech en France.

Temps de lecture : minute

3 octobre 2018

Lancée en 2014 par Matthieu Daguene et Mokrane Mimouni sous le nom d'Adnow (avant de se recentrer sur la data destinée au retail et changer de nom en octobre 2016), Vectaury développe une solution *drive-to-store* dédiée aux retailers. Son objectif : permettre à ces derniers de comprendre le comportement physique de leurs clients et prospects, d'optimiser la visibilité géographique de leur marque et de récolter des indicateurs de performance, en temps réel, sur l'ensemble de leurs actions marketing online et offline, afin de prendre les bonnes décisions à l'échelle du magasin et du réseau.

La jeune pousse, qui revendique avoir dépassé la centaine de clients, annonce aujourd'hui avoir bouclé un tour de table de 20 millions d'euros, soit l'un des plus importants de son secteur en France, derrière Teads (43 millions d'euros en août 2016 mais aussi 24 millions d'euros un an auparavant). Une opération qui intervient trois ans après une première levée de fonds d'1,2 million d'euros, et qui lui permettra notamment de continuer à investir en R&D afin d'améliorer ses produits, d'amorcer un développement à l'international en ouvrant des bureaux aux États-Unis, en Europe et en Asie. Mais aussi en procédant à des acquisitions afin de renforcer sa croissance. Le tout sera accompagné par une grande vague de recrutements : aujourd'hui composée de 70 personnes, l'équipe de

Vectaury devrait ainsi rapidement atteindre les 150 salariés.

La startup profitera également de ce tour de table pour renforcer sa stratégie *privacy first*, amorcée en 2016. Celle-ci, qui revendique avoir toujours travaillé "*pour allier la performance publicitaire et la protection de la vie privée des mobinautes*", a ainsi consolidé ses équipes techniques afin d'affiner la sécurisation de son système d'information, et de proposer des technologies dédiées au respect de la vie privée des utilisateurs à ses partenaires.

Article écrit par Iris Maignan