Convelio lève 9 millions d’euros pour ouvrir ses bureaux new-yorkais

Convelio vient de boucler un deuxième tour de table, de neuf millions d’euros, auprès des investisseurs Global Founders Capital, Innoport et Acton Capital.

Temps de lecture : minute

4 février 2020

Déplacer un tableau ou une statue exigent savoir-faire et professionnalisme. Cette opération logistique difficile peut se révéler extrêmement coûteuse. En 2017, réalisant les besoins du marché, Edouard Gouin et Clément Ouizille décident de créer Convelio. Cette startup organise le transport d’oeuvres d’art tout en garantissant leur protection et ce pour un tarif en moyenne 30 à 40% moins cher qu’un transporteur classique. Depuis sa création, la jeune pousse française s’est appuyée sur un maillage de transporteurs dans toute l’Europe, ouvert des bureaux à Londres et souhaite désormais inaugurer des locaux aux États-Unis.

Après une première levée de 1,85 million d’euros en 2018 auprès de Global Founders Capital (GFC), Innoport et de business angels, la société annonce avoir bouclé un nouveau tour de table de neuf millions d’euros. Cette fois-ci, en plus de GFC, Convelio accueille à son capital Acton Capital Partners, un des fonds les plus importants d’Allemagne.

Faire son nid sur le marché de l’art américain

Cette levée va permettre à Convelio d’ouvrir, dès cet été, des bureaux à New York. *“10% de nos commandes viennent des États-Unis,* explique Edouard Gouin, cofondateur de Convelio. *Le challenge pour nous sera de créer un maillage de qualité.”* En effet, déjà en partenariat avec des maisons de ventes et des galeries d’art sur place, la jeune pousse souhaite créer un meilleur réseau de transporteurs pour proposer ses services au meilleur prix. Actuellement, la startup est en discussion avec des maisons de vente à New York, Los Angeles et Boston pour adapter ses services au plus près de leurs besoins. Convelio souhaite s’appuyer également sur ses clients européens présents aux États-Unis pour se développer.

Et après ça ? Convelio ne souhaite pas s’arrêter aux États-Unis. Dans sa ligne de mire, l’Asie et notamment Hong-Kong, un point d’entrée stratégique pour le marché de l’art chinois. Mais l’objectif principal des dirigeants de la startup reste, pour le moment, de continuer à avoir une croissance structurée. Pour cela, les jeunes entrepreneurs envisagent également l’ouverture de nouvelles antennes à travers l’Europe pour renforcer leur positionnement sur ce marché.

Article écrit par Gaëlle Doublé