



Mirakl : la nouvelle étoile montante de la French Tech

A côté de Blablacar ou Drivy, la French Tech recèle d'autres pépites. Comme Mirakl, numéro un des solutions de places de marché, qui lève 20 millions de dollars.



Philippe Corrot et Adrien Nussembaum, les fondateurs de Mirakl DR

La marketplace de Darty, ou encore celles de Rue du commerce et des Galeries Lafayette, c'est eux. Philippe Corrot et Adrien Nussembaum dirigent Mirakl, une société qui conçoit des places de marché clé en main pour les e-commerçants. Huit ans après sa création, cette start-up française annonce, mercredi 22 juillet, une levée de fonds de 20 millions de dollars auprès d'investisseurs américains (83North, Dave Strohm), anglais (Felix Capital), ainsi que ses actionnaires historiques Elaia Partners et Laurent Dassault. Cette augmentation de capital valorise Mirakl à environ 100 millions de dollars.

Modèle rentable

Ce champion tricolore aide les sites à booster leur chiffre d'affaires en ouvrant leur site à des commerçants partenaires. "Notre solution permet d'intégrer de nouveaux vendeurs, leur stock, leurs commandes et les relations client, explique Philippe Corrot, président de Mirakl, afin de démultiplier l'offre." La Fnac, par exemple, qui a été l'une des premières enseignes à faire le pari, est ainsi passée de moins de 500.000 références sur son site à plus de 10 millions aujourd'hui. Contrairement aux craintes initiales, il n'y a pas de cannibalisation entre l'offre en ligne et celle des magasins. Le modèle s'avère rentable. Et, selon la Fevad, la fédération de la vente à distance, les sites ayant une place de marché connaissent une croissance deux fois supérieure au marché du e-commerce.

Plateforme multilingue

Moins connu que d'autres champions nationaux de la French Tech comme Blablacar, Mirakl est pourtant, lui aussi, le leader mondial de son marché. Récemment, la société a décroché des contrats avec l'Italien ePrice ou encore la chaîne américaine de magasins Best Buy pour développer leur marketplace. "Comme Rue



[Visualiser l'article](#)

du commerce en France, ce distributeur a commencé par développer son propre outil en interne, raconte Philippe Corrot. Mais notre expertise, qui est le fruit de dix ans d'expérience, nous permet d'avoir une avance précieuse." Mirakl propose notamment une plateforme multilingue d'intégration des commerçants et un outil de suivi, avec une centaine d'indicateurs qui monitorent le comportement des acheteurs et des vendeurs, afin d'assurer une grande qualité de service.

Aujourd'hui, les géants du e-commerce qui gagnent de l'argent, d'Alibaba à Rakuten, ont tous adopté ce business model. "Les commerçants traditionnels ont parfois du mal à ouvrir leur site à des concurrents potentiels, explique Philippe Corrot, c'est pourtant le meilleur moyen de devenir profitable." En élargissant leur offre, ils restent bien positionner dans les moteurs de recherche et les comparateurs de prix. Et, à défaut de réaliser systématiquement eux-mêmes la vente, ils prélèvent une commission auprès des commerçants affiliés sans avoir à gérer la logistique et les frais de personnel.

Conquête internationale

Grâce aux 20 millions de dollars levés, Mirakl va pousser les feux à l'international. A la mi-août, Adrien Nussenbaum, directeur général et co-fondateur de la société, s'installera à Boston pour conquérir le marché américain. Philippe Corrot, lui, souhaite développer l'offre en direction des entreprises de service. "Uber et Airbnb sont aussi des places de marché, rappelle-t-il. Un espace virtuel où se rencontrent acheteurs et vendeurs, qui font une transaction sous l'égide d'un opérateur qui prend une commission." En 2015, la start-up, qui emploie 50 salariés dont la moitié en développement, prévoit de doubler son chiffre d'affaires à plus de 10 millions d'euros.