

Adtech : Adyoulike rachetée 100 millions de dollars par OpenWeb

NICOLAS RICHAUD Le 13/04 à 15:00

Partager par mail Imprimer

Créé il y a 11 ans, Adyoulike a fait partie de la génération des adtechs qui sont nées ou ont grandement accéléré leur activité dans la foulée du succès international de Criteo.

Créée il y a 11 ans, la jeune pousse tricolore Adyoulike vient d'être acquise par OpenWeb, une licorne israélienne qui veut se positionner, auprès des éditeurs, comme une alternative de référence aux géants de la tech et à leurs écosystèmes fermés.

Une nouvelle page s'ouvre pour [Adyoulike](#). L'adtech tricolore vient d'être **rachetée 100 millions de dollars par la firme israélienne OpenWeb**. Créé il y a 11 ans, Adyoulike a fait partie de la génération des [adtechs - comme Teads](#) ou [StickyAdsTV](#) - qui sont nées ou ont grandement accéléré leurs activités dans la foulée du succès international de Criteo, longtemps le porte-drapeau tricolore de la publicité en ligne, dès 2010.

Historiquement positionné sur le créneau [de la publicité native](#) avec des formats qui s'adaptent au contexte éditorial des sites sur lesquels sont intercalées les publicités, Adyoulike a ensuite étoffé son portefeuille en lançant une offre programmatique puis en proposant, plus récemment, des formats publicitaires reprenant le principe des « stories », un format permettant de publier des contenus (photos, vidéos, etc.)

1

disparaissant au bout de 24 heures, qui est extrêmement populaire sur les réseaux sociaux.

L'adtech travaille notamment avec des éditeurs comme The Guardian, Prisma [Media](#) ou le groupe Marie-Claire. L'an passé, Adyoulike a dégagé 35 millions d'euros de revenus, soit un bond de 40 % sur un an. La firme tricolore emploie **un peu moins de 80 salariés** et a pour principaux marchés le Royaume-Uni, la France puis les Etats-Unis.

OpenWeb, une jeune « licorne »

« C'est un rachat qui fait sens car nous sommes très complémentaires en termes de présence géographique avec OpenWeb et nous travaillons ensemble depuis cinq ans, note **Julien Verdier**, fondateur et directeur général d'Adyoulike. L'*idée* va être de devenir leur branche publicitaire et d'apporter notre savoir-faire et nos relations avec les marques et agences », poursuit-il.

« Ce rachat d'Adyoulike est notre plus importante acquisition et l'objectif va être de concurrencer encore plus les géants de la tech et de devenir une alternative de référence à leurs écosystèmes fermés », souligne Nadav Shoval, PDG et fondateur d'OpenWeb, très présent aux Etats-Unis. Dans le détail, la firme propose aux éditeurs des outils leur permettant de gérer les commentaires de leurs lecteurs, mais aussi de créer des sondages auprès de ces derniers ou encore de leur recommander des contenus. L'objectif étant d'aider les éditeurs à renforcer les liens avec leurs utilisateurs en vue d'être moins dépendants des Gafam.

Employant près de 300 personnes, le groupe a récemment accédé au statut de **licorne**, [\(une start-up valorisée au moins 1 milliard de dollars](#) lors d'une levée de fonds). En novembre, la firme a levé 150 millions lors d'un tour de table mené par Insight Partners et Georgian et auquel ont aussi participé le New York Times, Dentsu ou encore Scott Galloway, professeur à l'université de New York et critique acerbe des géants de la tech. Une opération valorisant OpenWeb 1,1 milliard.