



Vogo attaque une levée obligataire

La jeune pousse montpelliéraine à l'origine d'une solution de diffusion de contenus vidéos dans les enceintes sportives lève 4,4 M€, sous la forme d'une émission obligataire auprès de personnalités sportives. Les levées de fonds de start-up ne comportent que rarement de partie obligataire. Le choix de **Vogo** de réaliser une opération de financement de 4,4 M€ uniquement sous cette forme a donc de quoi surprendre. Pour cette émission obligataire privée, la jeune pousse montpelliéraine née en 2013 et développant et commercialisant une solution de diffusion de contenus audiovisuels dans les enceintes sportives s'est appuyée sur CM-CIC Market Solutions et Natixis. Les souscripteurs sont des personnalités du sport ou de l'économie du sport. Il s'agit de la troisième levée de fonds de **Vogo** après celle d'1,5 M€ en juin 2015 auprès de business angels et du régional Irdi Soridec, et celle d'1,7 M€ réalisée uniquement avec des business angels en décembre 2016. Le trio fondateur composé de Christophe Carniel, Pierre Keiflin et Daniel Dedisse, avait financé la phase initiale de R&D en utilisant le produit de cession de leur précédente entreprise, Netia. Les deux premiers avaient créé cet éditeur de logiciels pour la gestion des contenus audiovisuels, dont le troisième en était devenu directeur technique. Globecast (Orange) l'avait racheté il y a dix ans. Ces entrepreneurs, ayant monté **Vogo** peu après leur départ d'Orange en 2012, avaient côtoyé de nombreux fonds dans Netia dont Mangrove CP, Sofimac, ACE, Isatis et Irdi Soridec. Plus d'1,3 M€ de chiffre d'affaires attendu cette année Christophe Carniel, **Vogo** « Le choix du financement obligataire répond à notre volonté de faire attention à la dilution du capital, dont les fondateurs détiennent toujours 75 %, explique Christophe Carniel. Il est par ailleurs adapté à notre modèle économique récurrent qui nous permet d'envisager la rentabilité à terme. » **Vogo** loue sa solution aussi bien aux clubs et enceintes sportives qu'aux fédérations. Les premiers peuvent ainsi proposer aux spectateurs d'accéder sur leurs téléphones ou tablettes, via une application, à des vidéos de différentes caméras en direct ou en différé. Avec les fédérations, il s'agit plutôt de fournir aux arbitres vidéos ou aux médecins, par exemple dans le cadre du « protocole commotion » en rugby, des images sur lesquelles s'appuyer afin de prendre des décisions. En 2017, la jeune pousse a ainsi couvert 300 événements pour 820 K€ de chiffre d'affaires dont deux tiers auprès d'utilisateurs finaux grand public. Elle table cette année sur 500 événements soit des revenus de l'ordre de 1,3 ou 1,4 M€. 20 % des revenus à l'étranger **Vogo** a commencé à sortir de l'univers du sport, en testant sa solution pour les défilés de mode et les concerts. Son développement passe aussi par l'export, débuté cette année et qui devrait générer autour de 20% du chiffre d'affaires 2018. L'entreprise de Montpellier, un temps accélérée au Tremplin situé au stade Jean Bouin à Paris, a mis en place un réseau de distribution international couvrant l'Italie, le Royaume-Uni, l'Amérique du Nord dont le Québec, la Chine et le Japon. Elle mise beaucoup sur un partenariat d'envergure, qui a nécessité pas moins de 18 mois, avec le japonais Panasonic, sponsor olympique notamment pour les Jeux Olympiques de Tokyo en 2020. Les fonds levés financeront le renforcement de ce réseau mondial ainsi que son équipe commerciale pour augmenter son effectif limité aujourd'hui à 17 salariés.