

TERRITOIRES

VOGO LEVE 14,2 M€ EN BOURSE ET ATTAQUE LE MARCHÉ AMÉRICAIN

ANTHONY REY



Vogo, développeur de solutions de live et replay in-stadium, a annoncé, le 27 novembre, la réussite de son introduction en bourse. Première sportech française à franchir le pas, la start-up montpelliéraine lève 14,2 M€ pour s'implanter aux États-Unis, notamment, et accélérer sa diversification vers d'autres univers professionnels.

Quelques jours après le lancement de la procédure, Vogo a annoncé, le 27 novembre, qu'elle a réussi son introduction sur le marché Euronext Growth Paris. La sportech montpelliéraine, qui développe des solutions de type "smart stadium" (diffusion de contenus audiovisuels dans les enceintes sportives, à la demande en live ou en replay), vient de lever 14,2 M€ auprès d'investisseurs institutionnels et d'investisseurs privés, parmi lesquels des sportifs tels que le basketteur Tony Parker, le navigateur Kito de Pavant, ou des acteurs économiques tels que Tom Johnson, administrateur de Coca Cola.

Le capital de Vogo se répartit, désormais, ainsi : les fondateurs (47,1%), les investisseurs institutionnels (2,5 %), les investisseurs privés (15,3 %), et le public (35,1%).

DE NOUVELLES AMBITIONS OUTRE-



ATLANTIQUE

La start-up, créée en 2013 à Montpellier, devait couvrir plus de 500 événements sportifs dans le monde en 2018. Cette opération va lui permettre d'accélérer la conquête de marchés à l'international : en plus du réseau qu'elle développe en Asie (accord avec Panasonic pour le Japon, contrats de distribution en Chine et en Australie), la sportech met le cap vers le marché américain pour 2019.

"Nous allons ouvrir aux États-Unis une filiale composée de quatre personnes, dont l'activité sera complétée par des partenariats avec des distributeurs, annonce Christophe Carniel, cofondateur de Vogo, interrogé par La Tribune Montpellier. Avec Tony Parker, nous avons à nos côtés un bon ambassadeur pour le basket. Nous avons déjà couvert des matches de football, de volley, et des courses de bateaux à la voile. Nous nous intéressons, de plus, au football américain et au baseball."

DIVERSIFICATION VERS DE NOUVEAUX SEGMENTS

L'autre levier de croissance pour Vogo est l'adaptation de son produit à d'autres univers professionnels. 15 % de la levée de fonds seront consacrés à la commercialisation d'une offre dédiée à trois marchés identifiés.

"Nous ciblons trois secteurs du marché où nous avons réalisé des POC (preuves de concept, NDLR). D'une part la mode, où nous avons déjà couvert des défilés de Chanel et Vuitton. D'autre part la musique live, après la couverture de trois concerts. Et enfin le e-sport, lui aussi une priorité après un partenariat avec une première manifestation", évalue Christophe Carniel.

Vogo prévoit de dépasser le seuil des 500 manifestations couvertes, tous secteurs confondus, en 2019. Elle compte 60 clients à ce jour (clubs, fédérations sportives, organisateurs d'événements) et vise un portefeuille de 500 clients en 2020.

En terme de croissance, Vogo, qui revendique le titre de première sportech française cotée en bourse, vise désormais un chiffre d'affaires 10 M€ en 2020. Elle emploiera 20 collaborateurs fin 2018, et prévoit de doubler ses effectifs en 2019.