

SOUS EMBARGO JUSQU'AU 7 NOVEMBRE 2019 À 7 H

## La start-up Potloc lève 10 millions d'euros

Ce tour de table va permettre à l'entreprise d'accélérer sa croissance afin de transformer l'industrie des études consommateurs.

**Paris, le 7 Novembre 2019** – Le fournisseur d'études consommateurs [Potloc](#) vient d'annoncer la clôture d'un nouveau tour de table de 10 millions d'euros. Cette levée, *leadée* par le fond Brightspark Ventures, a permis de mettre autour de la table de nouveaux investisseurs majeurs comme Investissement Québec, mais aussi de renouveler la confiance des fonds historiques de l'entreprise comme Cap Horn, Desjardins Capital et Ecofuel. Depuis sa création, Potloc a levé plus de 15 millions d'euros pour financer son hyper croissance.

La start-up, qui travaille aujourd'hui avec les plus grands groupes comme Carrefour, L'Oréal ou encore Ipsos, va accentuer sa présence aux États-Unis et en Europe, mais aussi améliorer sa technologie de sondage hyper ciblé.

*"La technologie développée par Potloc fournit aux entreprises des insights consommateurs plus précis, hyper-ciblés et de bien meilleure qualité" a déclaré Rodolphe Barrere, CEO de Potloc. Nous sommes extrêmement heureux de travailler avec des investisseurs qui partagent notre vision afin de révolutionner le marché des études consommateurs."*

Aujourd'hui, la technologie Potloc est présente dans une quinzaine de pays. Avec plus de 6 millions de questions posées à ce jour, Potloc a facilité la prise de décisions stratégiques de nombreuses entreprises à travers le monde. Potloc va utiliser ces fonds pour renforcer ses équipes avec de nouveaux talents et développer de nouveaux marchés comme les États-Unis, le Royaume-Uni et le reste de l'Europe, tout en développant ses capacités dans le domaine de l'intelligence artificielle.

*"Au cours des cinq dernières années, nous avons été réellement impressionnés par l'implication totale des fondateurs, leur passion, la cohérence de leur approche et leur vision parfaitement claire du marché. Rodolphe Barrere et Louis Delaoustre (COO de Potloc) construisent un modèle unique qui révolutionne complètement la façon dont les entreprises comprennent et agissent en fonction leurs consommateurs" selon Jacques Perreault, Associé principal chez Brightspark Ventures.*

Louis Delaoustre affirme que cet investissement est directement lié à la méthodologie unique de l'entreprise: *"La différence entre Potloc et ses concurrents, c'est notre capacité unique à sonder, et donc comprendre, des audiences beaucoup plus fines afin d'aider nos clients à prendre de meilleures décisions stratégiques. Nous fournissons des informations sur des consommateurs qu'il était difficile, voire impossible, d'interroger jusqu'à présent avec les méthodes traditionnelles comme les panels ou les sondages téléphoniques."*

*“Nous sommes très fiers de notre collaboration avec Potloc, que nous venons renforcer par cet investissement, qui représente très bien les axes prioritaires de notre stratégie: Une expertise reconnue sur un enjeu de transformation digitale d'une industrie traditionnelle - les études consommateur, une très forte traction commerciale, et une équipe d'entrepreneurs hyper compétents, à l'écoute et ambitieux qui sauront utiliser la force de notre réseau” selon Romain Vidal, Partner chez Cap Horn.*

Potloc change la façon dont les grands magasins, centres commerciaux et marques grand public orientent leur approche client, notamment grâce à :

- Des sondages sans incitatif, plus pertinents et plus abordables que les sondages téléphoniques ou via panels webs ;
- Une sélection de répondants en fonction de leur localisation géographique, critères sociodémographiques ou encore centres d'intérêts ;
- Des insights consommateurs permettant d'améliorer l'expérience client et augmenter le chiffre d'affaires.

– 30 –

## **À propos de Potloc**

Potloc permet à des centaines d'entreprises d'accéder à des insights consommateurs, afin de les aider à résoudre des défis majeurs comme l'amélioration de l'expérience client, le développement de meilleurs produits et services, ou encore séduire la clientèle de leurs concurrents.

Nous réalisons des enquêtes innovantes et géo-ciblées sur les réseaux sociaux, offrant ainsi une alternative aux méthodes traditionnelles de recherche qui n'ont pas su évoluer avec leur temps. Nous prospérons en donnant une voix aux consommateurs, tout en stimulant les entreprises avec des insights précieux qu'elles convertissent en revenus. Fondée en 2014 à Montréal, Potloc regroupe une soixantaine de personnes travaillant pour des marques leader parmi lesquelles L'Oréal, Decathlon, BNP Paribas, Klepierre ou encore IPSOS. Potloc est installé au Canada et en Europe et conforme à la réglementation RGPD. Pour en savoir plus : [www.potloc.com/fr](http://www.potloc.com/fr)

Contacts média chez Potloc :  
Steven La Barbera - Relations presse  
438-994-6444  
[steve@ftgdigital.com](mailto:steve@ftgdigital.com)

Katelyn Good - Directrice du marketing  
514-619-2200  
[katelyn.good@potloc.com](mailto:katelyn.good@potloc.com)