

## **Mytraffic lève 30 millions d'euros pour équiper les commerces et les villes des mêmes armes que les géants du web**

- **Un an après avoir collecté 10 millions d'euros en série A, Mytraffic lève 30 millions d'euros supplémentaires dans un nouveau tour de table mené par AXA Venture Partners (AVP).**
- **Avec cette nouvelle levée de fonds, Mytraffic, leader européen des « location analytics », l'analyse des comportements dans les lieux physiques (boutiques, centres commerciaux, grandes artères, quartiers...) va recruter plus de 50 personnes, se déployer dans 7 pays d'Europe, et doubler de chiffre d'affaires en 2023.**
- **Mytraffic va surtout enrichir son logiciel pour fournir aux acteurs du « monde réel » autant d'informations sur leurs visiteurs que les acteurs du web en ont sur leurs internautes.** Dans les mois qui viennent, Mytraffic agrègera, en plus des données détaillées de flux piétons et de trafic automobile, des data sur les habitudes d'achats en boutique, les comportements en ligne, les profils-types selon les zones de chalandises, les valeurs locatives, les prédictions de fréquentation...
- **Objectif : devenir le premier véritable outil de mesure du « monde réel », et porter les « location analytics » au même niveau que les « web analytics ».** La plateforme de Mytraffic traite chaque jour des milliards de données de flux piétons, à partir desquelles elle génère une analyse fine de l'activité dans ces lieux : « cartes de chaleur » de la fréquentation heure par heure, profils-types, origine des visiteurs, etc.
- **Depuis la fin de la crise sanitaire, Mytraffic constate une forte demande de la part des gestionnaires de lieux physiques pour mesurer précisément la fréquentation de leurs sites.** Plus de 400 entreprises et institutions en Europe (McDonald's, Nespresso, JLL, Primonial, Invesco, les villes d'Angers et Bruxelles...) utilisent désormais Mytraffic pour analyser les comportements dans 10,000 lieux, identifier les meilleurs emplacements commerciaux, convaincre les grandes enseignes de s'installer, ou négocier leurs loyers... mais aussi attirer les visiteurs et prévenir la vacance en centre-ville.

Contact presse : Martin Daubard 07721499334 [martin.daubard@evidenceparis.fr](mailto:martin.daubard@evidenceparis.fr)

*« Il y a un écart énorme entre la qualité et le volume de données en temps réel dont disposent les acteurs du web, et les informations imprécises, partielles et obsolètes auxquelles ont actuellement accès les gestionnaires de sites physiques. Notre objectif est de corriger ce déséquilibre »*, explique **Hakim Saadaoui, cofondateur et PDG de Mytraffic.**

*« La digitalisation de nos économies depuis plus de 20 ans a permis aux marques, aux distributeurs, et aux collectivités de bénéficier de données et de capacité de traitement massives pour optimiser leurs activités en ligne. La pandémie a rendu critique le besoin de bénéficier d'une même capacité et de mêmes données pour leurs activités dans le monde physique, en strict respect de la confidentialité des données. Mytraffic offre une solution SaaS complète et anonymisée, architecturée en fonction des cas d'usages précis de ses clients, leur offrant un potentiel formidable pour leurs activités. Nous sommes fiers de les accompagner pour leur prochaine étape de croissance. »* déclare **Benoit Fosseprez, Général Partner chez AVP.**



## 1. Mytraffic analyse plus de 10,000 lieux physiques chaque année

Mytraffic est une plateforme de SaaS (*Software as a Service*) qui quantifie et qualifie la fréquentation (piétons, véhicules) devant une adresse, partout en Europe. Son succès repose sur l'accessibilité de son interface utilisateur, ainsi que sur la qualité et l'étendue des informations disponibles.

Ses 400 clients analysent chaque année les données sur plus de 10 000 magasins, rues, quartiers, centres-villes ou centres commerciaux dans 7 pays européens (France, Royaume-Uni, Allemagne, Espagne, Italie, Belgique, Pays-Bas).

Parmi eux :

- **des marques, commerces et distributeurs** qui veulent prendre la bonne décision pour leur prochain emplacement et éviter les échecs coûteux, négocier leurs loyers (Thom Group, McDonalds, Poppeyes', Nespresso)
- **Des gestionnaires d'actifs immobiliers**, qui veulent piloter leurs performances, optimiser leurs activités marketing et attirer les meilleurs locataires grâce à des informations remontées en temps réel sur leurs sites, des sites concurrents... (Nuveen, Klépierre, Primonial, Redevco).
- **des villes et des collectivités** qui veulent améliorer leur attractivité, réduire la vacance commerciale et mesurer l'impact de leurs politiques d'aménagement (BME Brussels, Angers, Caisse des Dépôts, Karlsruhe)
- **des brokers** qui veulent optimiser la valeur des actifs (JLL, Cushman & Wakefield...).
- **des analystes** qui veulent enrichir leurs modèles prédictifs et anticiper les évolutions

## 2. En levant 30 millions d'euros dans un tour de table mené par Axa Venture Partners (AVP), Mytraffic va accélérer sa croissance, dans toute l'Europe

Ce nouveau tour de table porte le total des fonds levés par Mytraffic depuis sa création à près de 45 millions d'euros. AXA Venture Partners rejoint ainsi les investisseurs actuels et historiques tels qu'Alven, qui a mené la levée de fonds de série A en 2021 et le fonds Kernel de Pierre Kosciuscko Morizet.

Mytraffic a doublé ses revenus chaque année depuis 2018 et prévoit de poursuivre à ce rythme dans les prochaines années.

Mytraffic vise d'être le premier acteur d'un marché des « location analytics » qui représente 10 milliards d'euros en Europe en 2022, avec environ 200 000 acteurs dans un large éventail de secteurs (commerce, secteur public, immobilier, mobilité).

Pour soutenir cette croissance sur l'ensemble de ses marchés, Mytraffic va continuer à recruter, notamment en Italie, en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni, afin de développer ses bureaux existants à Berlin, Madrid, Barcelone, Londres et Milan.

Dans les prochains mois, Mytraffic embauchera 20 profils seniors (tech, marketing, acquisition d'entreprises, design, juridique) et plus de 30 commerciaux.



### **3. Depuis la fin de la crise sanitaire, la demande est considérable pour analyser la fréquentation des lieux physiques**

Dix-huit mois après la réouverture des commerces et des lieux publics post-crise sanitaire, Mytraffic constate toujours une très forte demande de la part de l'Etat, des villes, des commerces ou des acteurs de l'immobilier, pour analyser la fréquentation de leurs sites. Le nombre de lieux étudiés par les clients de Mytraffic a plus que doublé, à 10,000 par an.

Deux ans de crise sanitaire ont en effet bousculé les habitudes de consommation, et fortement accéléré la croissance du e-commerce, qui s'appuie, lui sur une connaissance très fine des comportements en lignes. *« La plupart des acteurs du monde physique que nous rencontrons ne veulent plus décider en se fiant à leur intuition, à une analyse théorique, ou à des benchmarks trimestriels, rendus inopérants avec la crise sanitaire : ils veulent être équipés en data, pour faire jeu égal avec le e-commerce »*, explique Hakim Saadaoui, fondateur et CEO de Mytraffic.

Dans le même temps, le e-commerce a en effet accéléré sa croissance, épaulée par l'utilisation fine des données de navigation web. Disposer de données solides sur des lieux physiques est donc crucial pour les amener au même niveau de performance que le e-commerce, et installer une vraie « omnicanalité ».

### **4. Mytraffic va développer fortement sa plateforme d'analyse des lieux physiques**

Grâce à plus de 5 ans de recherche et développement, Mytraffic a développé un ensemble d'algorithmes complexes, capables de traiter plusieurs téraoctets de points de données brutes par an. Son logiciel transforme ensuite ces données en cartes de chaleur, en statistiques dynamiques et en analyses comparatives pour fournir des informations précises, et en temps réel, pour n'importe quelle adresse en Europe.

L'ambition est d'établir un nouveau standard pour les informations accessibles aux opérateurs de lieux physiques. Ce qui signifie aller au-delà des analyses de fréquentation pour englober le trafic des véhicules, les comportements des consommateurs et d'autres mesures clés.

Au cours des 24 prochains mois, l'équipe Mytraffic de plus de 100 data managers, data scientists, data engineers et product managers vont donc enrichir la plateforme avec de nouvelles analyses à haute valeur ajoutée :

- **trafic automobile** : complémentaire de la fréquentation piétonne, cette donnée est essentielle pour évaluer la fréquentation des commerces et des restaurants dans les zones d'activités périurbaines, où la voiture est le principal moyen de transport et qui connaissent une forte progression depuis la fin des confinements.

- **comportement d'achat des consommateurs** en fonction de la localisation, pour mieux estimer la pertinence de l'ouverture d'un magasin.

Contact presse : Martin Daubard 07721499334 [martin.daubard@evidenceparis.fr](mailto:martin.daubard@evidenceparis.fr)



- **valeur locative**, pour comparer le dynamisme de la fréquentation avec

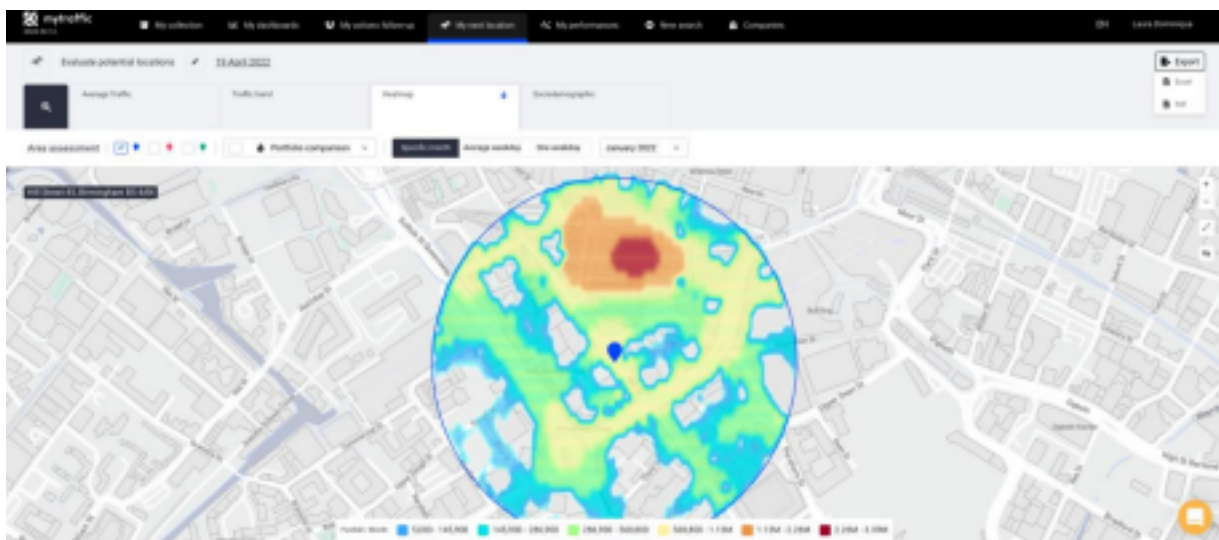
la valeur locative et mieux négocier les baux.

Les principaux développements comprennent également la collaboration entre les clients et l'intégration des données des clients dans la plateforme, ainsi que des **fonctions avancées de prédiction et de recommandation**.

### **Cas d'usage 1 : Amorino évalue la performance de ses magasins**

Amorino est une enseigne de distribution qui vend des glaces italiennes dans 222 magasins en Europe. Mytraffic a aidé la marque à mesurer la performance relative de ses magasins et à définir des indicateurs internes pour les magasins existants et les nouvelles ouvertures. Les indicateurs clés de performance suivis par Amorino comprennent une estimation du revenu provisoire pour chaque nouvel emplacement, le taux de capture par magasin et le montant moyen dépensé par client de passage.

*« L'accès à des analyses précises des emplacements a fondamentalement changé la façon dont nous travaillons chez Amorino »* explique Erwan de Guichen, son directeur général adjoint. *« Le développement de nouveaux magasins est devenu plus rapide, plus précis et beaucoup plus prévisible. En parallèle, cela nous a permis de définir des indicateurs clés de performance communs à tous nos directeurs de magasin.»*



Contact presse : Martin Daubard 07721499334 [martin.daubard@evidenceparis.fr](mailto:martin.daubard@evidenceparis.fr)

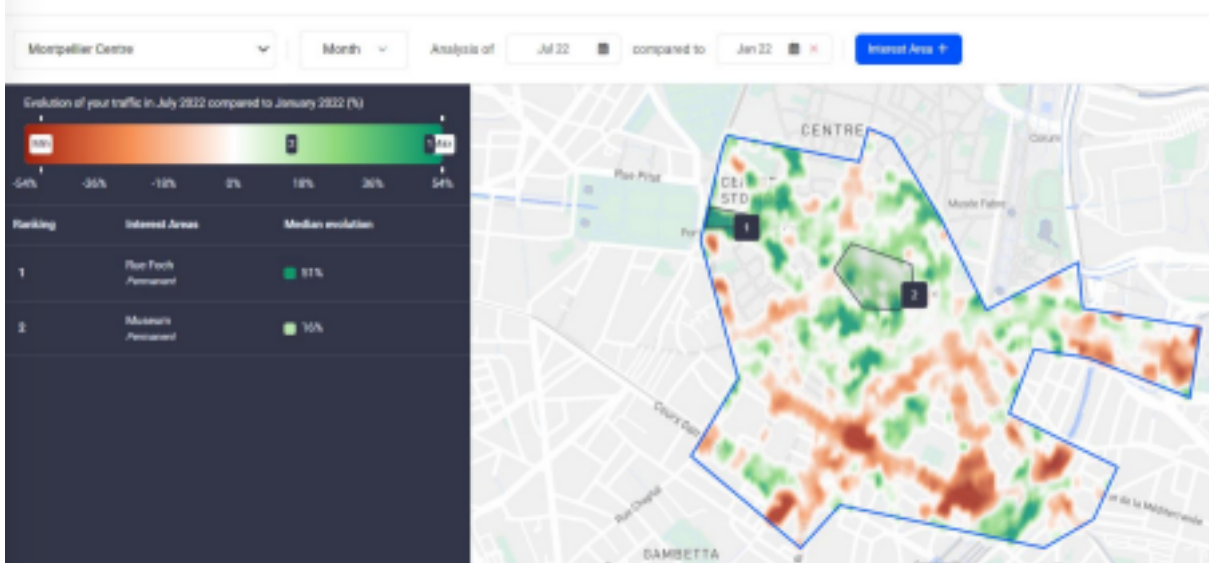


## **Cas d'usage 2 : La Ville de Montpellier démontre l'impact de la gratuité des transports publics**

En 2021, la métropole de Montpellier a décidé de rendre les transports publics gratuits le week-end. Le président de la métropole, et Maire de Montpellier, Mickaël Delafosse, a utilisé Mytraffic pour démontrer que cela a été un facteur clé dans l'augmentation de 40% de la fréquentation enregistrée au cours des six premiers mois de 2022.

Le maire Mickael Delafosse explique : *"mytraffic nous permet de disposer chaque mois de données précises qui mesurent l'impact de nos actions et objectivent la hausse de l'attractivité de notre centre-ville. Il est également très important pour les commerçants de savoir que la Ville se préoccupe de la fréquentation et veille à ce que nos rues commerçantes soient toujours plus attractives."*

Follow the evolution of pedestrian traffic in your city centre



### **A propos de Mytraffic**

Mytraffic est le leader européen de l'analyse des emplacements. Sa plateforme SaaS fournit des informations précises et dynamiques sur les lieux physiques : centres commerciaux, rues et centres-villes. Créé en 2015, Mytraffic connaît une croissance très rapide, compte plus de 400 clients et est déjà présent dans 7 pays.

<https://www.mytraffic.io>

### **A propos d'AXA Venture Partners**

AXA Venture Partners (AVP) est une société de capital-risque internationale avec plus de 1,5 milliard de dollars d'actifs sous gestion. AVP investit à tous les stades dans des entreprises technologiques à croissance rapide dans les secteurs de l'entreprise, de la fintech, de la consommation et de la santé numérique. Avec des bureaux à New York, San Francisco, Londres, Paris et Singapour, AVP aide les entreprises à se développer au niveau international. AVP offre également aux entreprises du portefeuille des opportunités uniques de développement commercial pour accélérer encore leur croissance.

<https://www.axavp.com/>