

Martech & Adtech : cession de Grasp, spécialiste français de la gestion et la conformité des achats médias numériques, à MiQ, société du portefeuille de Bridgepoint

Clipperton est intervenu en tant que conseil financier exclusif de Grasp, plateforme SaaS dédiée à la gestion et à la conformité des achats médias numériques pour le secteur de la publicité, dans le cadre de sa cession à MiQ, partenaire média programmatique pour les spécialistes du marketing et les agences médias, soutenu par Bridgepoint.



Cette opération illustre l'expertise de Clipperton dans le secteur de la Martech et de l'Adtech, avec des opérations récentes telles que la cession de Smartlook à Cisco [NASDAQ : CSCO] en début d'année, la prise de contrôle d'Artefact par Ardian (330 M EUR), la cession de In The Memory à SES-imagotag, la série B de Brevo (160 M USD) et la cession de la majorité des parts de Capital Croissance au capital d'Equativ.

Clipperton signe ainsi sa **10^e opération dans le domaine du SaaS en 2023**, réaffirmant son positionnement unique auprès des éditeurs de logiciels européens dans leurs opérations financières stratégiques.

Grasp, un success story française

La suite SaaS de Grasp est la première solution au monde à intégrer les enjeux d'assurance qualité et de conformité dans le secteur particulièrement complexe de la publicité. Les produits de la société permettent d'éviter les risques de non-conformité et d'appliquer aux campagnes de marketing numérique des cadres de gouvernance visant à éliminer les risques d'erreurs manuelles, dont les effets peuvent représenter des pertes potentielles de plusieurs millions de dollars.

La plateforme Grasp est devenue un outil incontournable pour les agences médias et a connu une croissance fulgurante depuis sa création en 2020 : la plateforme est utilisée par **8 000 utilisateurs** dans le monde et la société, forte d'un chiffre d'affaires de plusieurs millions d'euros, est déjà rentable.

Des agences médias, telles que Havas Media Group et WPP, ainsi que des marques de premier plan, dont L'Oréal et PepsiCo, s'appuient sur la suite SaaS d'assurance qualité de Grasp, économisant ainsi d'importantes pertes potentielles de revenus publicitaires numériques grâce à l'amélioration de la gouvernance et de l'intégrité des données.

Une alliance au service de l'excellence opérationnelle dans la publicité numérique

A travers cette opération, Grasp entend développer de nouvelles voies de collaboration avec MiQ pour servir l'ensemble des marchés des deux partenaires. La société continuera à fonctionner comme une unité commerciale indépendante et conservera son nom.

De son côté, MiQ, en tant que partenaire média programmatique de premier plan pour les spécialistes du marketing et les agences, entend poursuivre son engagement à développer des solutions technologiques propriétaires pour améliorer l'écosystème et l'expérience de la publicité numérique. Cette opération signe, dans ce cadre, un troisième investissement financier significatif pour MiQ.

« Grasp promeut sans relâche l'excellence opérationnelle dans la publicité numérique et accompagne les acteurs du secteur dans cette direction en donnant à chaque maillon du processus d'achat médias

et de l'écosystème publicitaire les moyens de faire ce qu'il faut dès le départ. Sous l'égide de MiQ, nous aurons encore plus de possibilités d'apporter un avantage stratégique et de l'efficacité aux processus d'achat média, et de faire avancer notre mission commune d'alimenter l'excellence opérationnelle par de nouveaux leviers. » - Pierre-Lou Dominjon, cofondateur et PDG de Grasp.

Les intervenants de Clipperton dans cette opération sont : [Nicolas von Bülow](#), Managing Partner ; [Marc Schäfer](#), Executive Director ; [Naomi Darko](#), Associate.

A propos de Clipperton

Clipperton est une banque d'affaires exclusivement dédiée aux entreprises technologiques. Pionnière en Europe, elle conseille depuis 20 ans les entrepreneurs, entreprises et investisseurs de la Tech européenne et internationale dans leurs opérations de fusions-acquisitions, de private equity et de levées de fonds. Depuis sa création en France en 2003 à l'initiative de Nicolas von Bülow et Stéphane Valorge, et forte d'un réseau de 50 experts sectoriels basés à Paris, Berlin et Munich, Clipperton a réalisé plus de 400 opérations de premier plan, dont 70 % d'opérations de dimension transfrontalière. Plus d'informations sur : clipperton.com

Contact : Tom Doron – Tél. : +33 (0)7 86 15 90 29

Email : td@alquiercommunication.fr

#Fin#