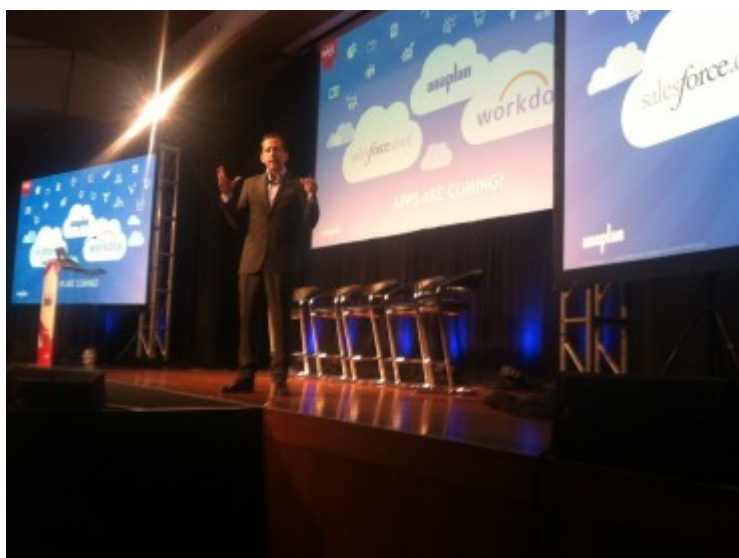


Saas : Anaplan lève 100 M\$ et scelle l'union sacrée avec Salesforce et Workday

Alors que les inquiétudes se multiplient autour de la valorisation jugée excessive des start-ups américaines – une tendance symbolisée par [le report de l'introduction en bourse de Box](#) -, l'éditeur en mode SaaS Anaplan poursuit sa route avec une levée de fonds de 100 M\$. Un round de financement **emmené par le fonds de capital-risque DFJ Growth**, et auquel participent Salesforce (déjà présent au capital d'Anaplan) et Workday, deux stars américaines du progiciel dans le Cloud.



Au total, la société, spécialisée dans la planification –sur tous types de processus, de la finance à la RH -, a **levé 150 M\$ depuis sa création en 2010**, par l'Anglais Michael Gould, déjà à l'origine du spécialiste de la planification Adaytum racheté par Cognos en 2003. « *Nous allons utiliser cette levée de fonds pour accélérer nos développements selon trois axes, explique le Pdg **Frédéric Laluyaux**, un ex-SAP arrivé chez Anaplan en 2012 (en photo ci-dessus). D'abord, nous allons doubler la taille de nos équipes d'ingénieurs. Nous prévoyons également de créer une équipe infrastructure. Enfin, nous allons accélérer notre déploiement commercial, en Amérique du Nord et du Sud ou en Asie* ».

Un hub pour échanger des modèles entre utilisateurs

Surtout, la levée de fonds s'accompagne d'un renforcement des liens avec Salesforce et Workday. « *Notre partenariat avec Workday se développe autour de la planification RH et financière* », assure Frédéric Laluyaux. Côté Salesforce, Anaplan propose **déjà une application (gestion des territoires et quotas) sur AppExchange**, l'AppStore du spécialiste du CRM en mode SaaS. « *L'idée centrale est de proposer*



aux entreprises le 3^{ème} Cloud, aux côtés de Salesforce – spécialisé dans les ventes et le marketing – et Workday – RH et finances. Ce qui manque pour l'instant, c'est la planification. La monnaie d'échange dans ce réseau de solutions Cloud sera la donnée ». A l'occasion de [sa conférence utilisateurs Hub14](#), qui se tenait du 12 au 14 mai à San Francisco, l'éditeur a d'ailleurs dévoilé un hub, une plate-forme d'échanges **permettant aux utilisateurs d'échanger des modèles de données** mais également à des

partenaires de proposer des applications. « *Deloitte annonce ainsi 7 applications très spécifiques sur Anaplan, comme le calcul des capex dans les télécommunications* », précise le Pdg.

Affirmant connaître une **croissance de 300 % par an en 2013** – un rythme que l'éditeur entend conserver cette année -, la start-up se positionne face aux solutions d'EPM (Enterprise Performance Management) des grands acteurs du marché. « *« Le problème que nous résolvons est global. Les utilisateurs se débattent sur Excel ou des produits anciens, fournis par Oracle, SAP ou IBM. Des produits aux prix exorbitants, peu flexibles et souffrant d'un manque d'innovation* », assure Frédéric Laluyaux.

Le modèle de la filiale britannique

En France, la société a recruté en début d'année **un ex-Salesforce, Nicolas Forcade**. « *Notre challenge est de rattraper la filiale anglaise, qui réalise environ 10 millions de dollars auprès de quelque 70 clients* », expliquait ce dernier dans un entretien avec la rédaction il y a quelques semaines. Le directeur général France d'Anaplan se donne deux ans pour amener la filiale hexagonale à ce niveau. En France, l'outil de planification en mode SaaS a déjà séduit **une dizaine d'entreprises, dont Veolia Environnement et Sanders** (alimentation animale). Et Nicolas Forcade de préciser : « *via l'utilisation de technologies In-Memory, les résultats d'une simulation de décision s'obtiennent en 2 secondes environ* ».

En complément :

- [- Frédéric Laluyaux \(Anaplan\) : « Il faut transformer le marché de l'aide à la décision »](#)
- [- Découverte de la solution de planification Anaplan](#)