

La scale-up belge Verbolia s'ouvre le marché britannique

■ Verbolia a conclu un "deal" avec l'un des plus gros sites britanniques d'e-commerce.

Fraîchement auréolée du titre de "Start-up belge de l'année", Verbolia poursuit son ascension dans le monde du référencement des marques commerciales sur les moteurs de recherche en ligne (ce qu'on appelle *search engine optimization* ou SEO). Verbolia, qui n'a que trois ans d'existence, a déjà convaincu des groupes tels que Decathlon et Media Markt d'utiliser sa plateforme de référencement optimisée et automatisée. Un outil qui permet d'augmenter, de façon significative, le trafic des sites d'e-commerce.

Verbolia vient de franchir un nouveau cap, dans l'internationalisation de ses activités, en signant un contrat avec la société britannique Boohoo. Spécialisée dans la vente en ligne de vêtements, Boohoo.com est devenue, en quinze ans, le dixième plus gros site d'e-commerce britannique dans le secteur de la mode. La plateforme revendique plus de 17 millions d'utilisateurs, avec un trafic supérieur à 6 millions de visiteurs par mois.

"Boohoo va nous permettre de déployer la technologie de Verbolia au Royaume-Uni, mais également sur leur plateforme aux États-Unis et en France. C'est notre premier client britannique et, vu le poids de Boohoo dans le commerce en ligne, on espère bien pouvoir signer avec d'autres entreprises britanniques à l'avenir", se réjouit Pierre-Olivier Danhaive, CEO et cofondateur de Verbolia. La scale-up, qui emploie une vingtaine de personnes à Enghien, a été préférée à son principal concurrent, une société australienne. Verbo-

lia a recruté deux personnes, à Londres, pour accompagner le développement de ses activités outre-Manche.

Walmart et Carrefour signent aussi

Outre le contrat conclu avec Boohoo, Verbolia vient de signer avec deux autres entreprises emblématiques du secteur de la grande distribution: la filiale chilienne de Walmart et Carrefour Belgique. Verbolia, dont le portefeuille se compose aujourd'hui d'une grosse cinquantaine de clients, profite de l'impact que la crise sanitaire a sur les comportements d'achat. "Tous nos clients enregistrent une forte hausse des achats en ligne. Ils sont donc d'autant plus intéressés par notre solution d'optimisation du référencement", indique Pierre-Olivier Danhaive.

Verbolia a développé une technologie capable de créer, de façon automatisée, des milliers de pages web répondant à des requêtes spécifiques. "En moyenne, précise le CEO de Verbolia, le déploiement de notre solution permet d'augmenter le trafic des sites entre 15 et 30 %. Ce qui a des retombées très significatives sur les ventes en ligne."

Verbolia devient progressivement un acteur incontournable, au niveau international, dans l'acquisition de trafic pour les entreprises actives en ligne. Elle compte des clients en Europe, mais aussi en Amérique du Sud (Brésil et Chili) et en Afrique du Nord (Maroc). La pépite wallonne a clôturé 2020 sur un chiffre d'affaires récurrent de l'ordre de 1 million d'euros. "Nous prévoyons d'atteindre la barre des 2 millions en décembre", avance Pierre-Olivier Danhaive.

Verbolia, qui est déjà rentable et continue à recruter entre une et deux personnes par mois, ne prévoit pas actuellement de relever des fonds pour accélérer sa croissance.

Pierre-François Lovens

Outre Boohoo en Grande-Bretagne, Verbolia vient de signer avec les groupes Walmart (Chili) et Carrefour (Belgique).



VERBOLIA

Bart Verschuere et Pierre-Olivier Danhaive, les deux pilotes de Verbolia.