

Un grand coup de pouce pour Pop in the City



Sur le plateau, Pop in the City était représenté par Clémentine Charles - AMAT Claudine

Pop in the City, le raid féminin urbain imaginé par la Sancerroise Sophie Gastine et ses deux amies, Clémentine Charles et Marie Pichot, a participé au concours BFM Académie (lire notre édition du 5 juin).

« En mobilisant ma communauté,

dont les Sancerrois et les lecteurs du Berry républicain, Pop in the City a réussi à passer cette nouvelle étape pour se retrouver, jeudi dernier, en finale », explique Sophie Gastine. L'émission, qui récompense le meilleur créateur d'entreprise, a donc été diffusée en direct sur BFM Business.

La start-up perd en finale

Le concurrent de la start-up sancerroise était Tiwal, qui crée des dériveurs gonflables. Pour gagner, il fallait récolter la majorité sur 150 points répartis entre les chroniqueurs, le public et les auditeurs/internautes. Pop in the City s'est battu avec brio, mais c'est finalement Tiwal qui a remporté cette finale avec 78 points.

Pop In the City est déjà reconnu pour ses raids urbains féminins qui se déroulent à chaque fois dans une ville européenne différente. Les revenus de l'entreprise sont générés par les inscriptions, mais aussi par les sponsors, intéressés par la cible féminine, et également par des villes qui voient en Pop in un excellent outil de promotion.

Les revenus de l'entreprise reposent aussi sur la création de courses pour des entreprises, avec un modèle adaptable, qui permet d'organiser des événements pour tous les budgets. Enfin, sur le plus long terme, Pop in the City prévoit de s'étendre sur les autres continents pour en faire une marque de renommée mondiale.

Les trois copines ont donc participé au concours de BFM Académie qui permet à de jeunes entreprises d'être confrontées à un jury de chroniqueurs experts en création d'entreprise. Le vainqueur de l'émission a gagné 150.000 euros de visibilité sur BFM Business, TV, radio et RMC.

« Nous sommes heureuses d'être allées jusqu'en finale, poursuit Sophie Gastine. Depuis l'émission, le téléphone n'arrête pas de sonner et les propositions de collaboration se multiplient. Il est indéniable que l'émission nous a donné beaucoup de notoriété. » Un exemple qui peut donner de l'espoir à d'autres créateurs d'entreprises.