

## La startup à connaître : Pop In Events lance une levée de fonds de 350 000€



**La startup Pop In Events propose une nouvelle approche du tourisme en organisant des raids urbains réservés aux femmes. Elle compte lever 350 000 euros pendant le premier trimestre 2016.**

« Nous voulons créer des séjours à la Pékin Express qui changent la vie des personnes qui y prennent part », explique Clémentine Charles. Fondatrice de **Pop In Events** avec les globes-trotteuses téméraires Marie Pichot et Sophie Gastine, la startup offre à un public, uniquement féminin, des raids urbains qui réunissent entre 500 et 600 participantes. La société a déjà rassemblé plus de 5 000 participantes en 5 ans, pour un chiffre d'affaires de 400 000 euros en



Pour soutenir son développement, l'entreprise prévoit une levée de fonds de 350 000 euros au cours du premier trimestre 2016. Elle compte récolter cet argent auprès de business angels experts sur les marchés du sport, tourisme et de l'événementiel. Pop in Events veut également s'adresser à des investisseurs qui connaissent des secteurs d'activités liés aux femmes.

Pop in Events prévoit également deux recrutements. La startup compte embaucher un commercial pour développer son offre sur le domaine d'événements organisés par les grandes entreprises. La société cherche également un chef de projet pour la création d'événements supplémentaires. Cela représente un marché de 2 milliards d'euros.

## **La startup veut conquérir la capitale et l'Europe de l'Ouest**

Un projet d'application Pop In the City pour suivre l'avancée des participants dans les courses est également en cours de réalisation. Il devrait voir le jour courant 2016. Pop In Events cible un marché de 60 millions de femmes d'Europe de l'Ouest entre 18 et 68 ans. La startup répond à deux tendances fortes du tourisme : Le « city break », une sorte d'escapade urbaine se déroulant le week-end et le « tourisme expérientiel » qui propose des parcours proche des habitants locaux.

« Pop In the City s'est développée en auto-financement depuis sa création. Les deux premières années ont permis de consolider la marque et de valider le modèle économique. Nous souhaitons à présent nous développer de manière plus agressive », explique Clémentine Charles. L'entreprise mise aussi sur le dynamisme d'une nouvelle génération de touristes qui serait bien plus mobile que ces aînés.

Pop In Events est désormais bien établie en Europe. Les trois cofondatrices sont déterminées à augmenter la notoriété de leur entreprise à Paris. Pour cela elles vont lancer un événement sur les cultures et traditions étrangères dans la capitale. Le **Jetlags Paris** entend mettre en lumière de manière positive les communautés étrangères présentes dans la ville et créer le dialogue entre les cultures. Un enjeu majeur pour cette ville cosmopolite.