



## INFORMATIONS GENERALES

Date de création	2018
Siège social	Isère
Secteur d'activité	Tourisme digital / TravelTech
Chiffre d'affaires 2019	30k€
Stade d'investissement	Amorçage
Levée de fonds	500k€



## MANAGEMENT

### • CEO/ Founder

- *Expérience* : +20 ans en tant que CEO d'une société éditrice de logiciels, ex-Capgemini, accompagnateur de plusieurs start-ups.
- *Formation* : Grenoble Ecole de Management.

### • CMO

- *Expérience* : +11 ans d'expérience en web marketing, ex-Eolas, ex-Go Sport.
- *Formation* : MSc Wesford Business School.

### • CTO

- *Expérience* : +25 ans en tant que CEO d'une société spécialisée dans l'ingénierie logiciel et internet.
- *Formation* : MSc Informatique Université Grenoble I.



## OBJECTIFS

**Preuve de Marché sur le volet B2C** (Europe et pays de l'Est) uniquement en français, **développements techniques** de l'application - Horizon fin 2021

### 1) Preuve de Marché sur le segment B2C

#### • Objectifs

- # de téléchargements de l'app : 245 000
- # de clients payants : 8085
- Durée d'abonnement moyen : 2 ans

#### • Métriques commerciales

- Taux d'abonnement B2C : 3,3%
- Coût d'acquisition utilisateur : 0.21€
- Coût d'acquisition client : 7€
- Délai d'acquisition : 2 semaines
- LTV : 48€

### 2) Développements techniques

#### • Objectifs

- Développements IT des avantages liés au modèle freemium (UX, suppression des ads, téléchargement des circuits, interface de création de circuits et visites personnalisées).
- Intégration de nouvelles bases de données pour plus de PI.
- Rendre l'application utilisable par des touristes français dans les 10 pays ciblés (objectif de +400 circuits disponibles).

*Le volet B2B n'est pas mis en avant pour cette levée, il sera exploité à partir de 2022 (objectif de +900 visites/circuits créés en 2024).*

## UTILISATION DES FONDS

- Sales & Marketing – 55%
- IT developments – 40%
- Working capital and G&A – 5%

La levée de fonds sera complétée par un apport en bas-de-bilan de 250k.  
Une levée en Série A est prévue en 2022.



## DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE & SON PROJET

La société développe et commercialise une application pour smartphone de visites guidées : elle propose des parcours de visites sur place en extérieur comme en intérieur.

Sa technologie d'intégration de points d'intérêt (PI) permet de générer des circuits et visites : nature & parcs, œuvres, savoir-faire, sites & monuments, etc.

KPI – +100K PI sourcés, +30k téléchargements de l'application depuis sa publication en juin 2019.



## CONCEPT – TECHNOLOGIE

**Offre** – Application smartphone de tourisme culturel en France qui propose, pour chaque point d'intérêt, photo, vidéo, texte, audio, géolocalisation, lien d'affiliation pour réserver, etc.

- **B2C** : accès aux parcours existants et création d'itinéraires thématiques d'une ville ou d'un site.
- **B2B** : création de visites en intérieur (château, musée, etc.) ou extérieures (ville, lieu, etc.) créés avec le client.

### Technologie

- Sourcing automatique de PI depuis Wikipédia (utilisation API, de CMS open source).
- Traitement web sémantique pour n'afficher que le contenu pertinent.
- Algorithme de reconnaissance des PI pour les catégoriser automatiquement.
- Beacon : transmission via BLE (*Bluetooth Low Energy*) lorsque le smartphone est à proximité du beacon pour déclencher l'accès à la visite privée ou au circuit privé.

*Technologie applicable à d'autres bases telles que Data-tourisme (270k PI), Apidae (325k PI).*



## MODELE ECONOMIQUE

### Modèles B2B & B2C

#### • Modèles de revenus & pricing

- **B2C** : freemium – accès gratuit à l'appli, paiement de fonctionnalités supplémentaires (*création de parcours personnalisés, téléchargement offline, accès à toutes les visites en Europe, no ads, etc.*), le prix dépend de la durée : de 3 à 12 mois pour 15€ à 45€ ; 91% du CA 2024.
- **B2B** : Création de circuits et visites personnalisés en marque blanche, promotion du site, set-up entre 600€ et 800€ par circuit/visite, abonnement de 10€ à 60€/mois, et affiliation pour guides conférenciers, 6% de commission, 1% de conversion, 40€ de panier ; 9% du CA 2024.

#### • Cible clients

- B2C : touristes locaux de proximité, touristes de France ou touristes français voyageant en Europe.
- B2B : villes, collectivités, châteaux, musées, office du tourisme, parcs, etc.

#### • Go-to-market

- B2C : acquisition 100% online (2/3 *Google Ads*, 1/3 en *SEO*)
- B2B : webmarketing, réseaux sociaux et un commercial.



## MARCHE

**Marché** – Marché du tourisme digital

- **Marché total disponible** – +700 millions de touristes en Europe en 2024.
- **Segment de marché disponible** – dont 300 millions de touristes culturels (55Md€).
- **Segment de marché capturable** – 4% du segment de marché disponible soit 11,9m de téléchargements visés à 2024.

**Concurrents** – izi.Travel, irkwi, Michelin Voyage, Mhikes, Orpheo, guidego

(en M€)	2020	2021	2022	2023	2024
Chiffre d'affaires	0,04	0,13	1,05	4,88	12,90
EBITDA	(0,05)	(0,45)	(1,52)	(0,78)	4,15

CAF (1)	(0,117)	(0,406)	(1,534)	(0,803)	4,025
CAPEX (2)	(0,061)	(0,150)	(0,820)	(0,400)	(0,520)
ΔBFR et autres (3)	0,008	0,005	0,026	0,045	0,032

Besoin de financement = (1) + (2) - (3)