

# 5 ans après ses débuts, Climbing District vise l'international

*5 ans après la création de Climbing District, Antoine Paulhac et Henri d'Anterroches continuent de développer leur marque de salles d'escalade et veulent maintenant s'implanter à l'étranger grâce à une levée de fonds.*

Temps de lecture : minute

---

9 avril 2024

«*Tout a commencé avec notre rencontre*», disent Antoine Paulhac et Henri d'Anterroches, les fondateurs de Climbing District. Un vrai coup de foudre professionnel selon leurs mots. C'est surtout la combinaison d'un spécialiste de la construction de marque et d'un expert de la finance avec une gestion raisonnée, qui fait que Climbing District continue de croître. Aujourd'hui, les fondateurs affirment avoir atteint la rentabilité sur l'exploitation de leurs salles. Et Climbing District a bouclé une levée de fonds de dix millions d'euros fin 2023 pour accélérer leur expansion.

C'est la crise Covid qui leur a permis ce développement rapide : «*Nous avons une opportunité colossale ! Nous avons un terrain vierge où nous amuser comme des fous et prendre des positions sur des lieux où plus personne ne pouvait s'installer*», se souvient Henri d'Anterroches.

## Vers l'Italie et le Royaume-Uni

Fin 2023, Climbing District lève pour la deuxième fois des fonds avec deux objectifs : compléter leur maillage parisien et ouvrir leurs premières salles en Europe. «*Nous avons accueilli Pléiades Ventures au capital et 123 IM, déjà investisseur, réinvestit et augmente sa longévité au capital*»,

raconte Antoine Paulhac. Avec cette levée, les fondateurs de Climbing District préparent l'ouverture de leur nouvelle salle dans le 15<sup>ème</sup> arrondissement de Paris, dans l'ancienne chapelle Sainte-Rita.

*«Nous sommes numéro 1 à Paris en nombre de salles (avec six emplacements, ndlr). Cette levée de fonds va nous permettre de bien consolider cette position et de la rendre inattaquable.»* Antoine Paulhac et Henri d'Anterroches choisissent de ne pas s'étendre en régions. *«Le marché français est l'un des plus structurés au monde»*, explique Henri d'Anterroches. *«Il y a beaucoup de concurrence en région. Il nous semble moins opportun d'aller dans des endroits où nous ne sommes pas attendus et avec déjà beaucoup d'acteurs.»* On compterait 176 salles privées en France et 1,3 millions de pratiquants non-licenciés.

Les fondateurs de Climbing District choisissent donc l'Europe pour s'étendre, et particulièrement l'Italie avec Milan et le Royaume-Uni avec Londres. *«Il nous semble plus opportun d'aller chercher des zones en Europe encore à défricher, avec un marché comme la France d'il y a quelques années»*, poursuit Henri d'Anterroches. *«Quand vous regardez le marché anglais et italien, on est vraiment en arrière, c'est moins structuré. À Londres, il y a de la place et une population qui est bien plus importante que celle de Paris. Milan c'est un peu pareil, il y a beaucoup de choses à faire.»* L'équipe de Climbing District vise la fin de l'année 2024 pour ces deux ouvertures. *«On ne s'interdit rien pour la suite»*, complète Antoine Paulhac.

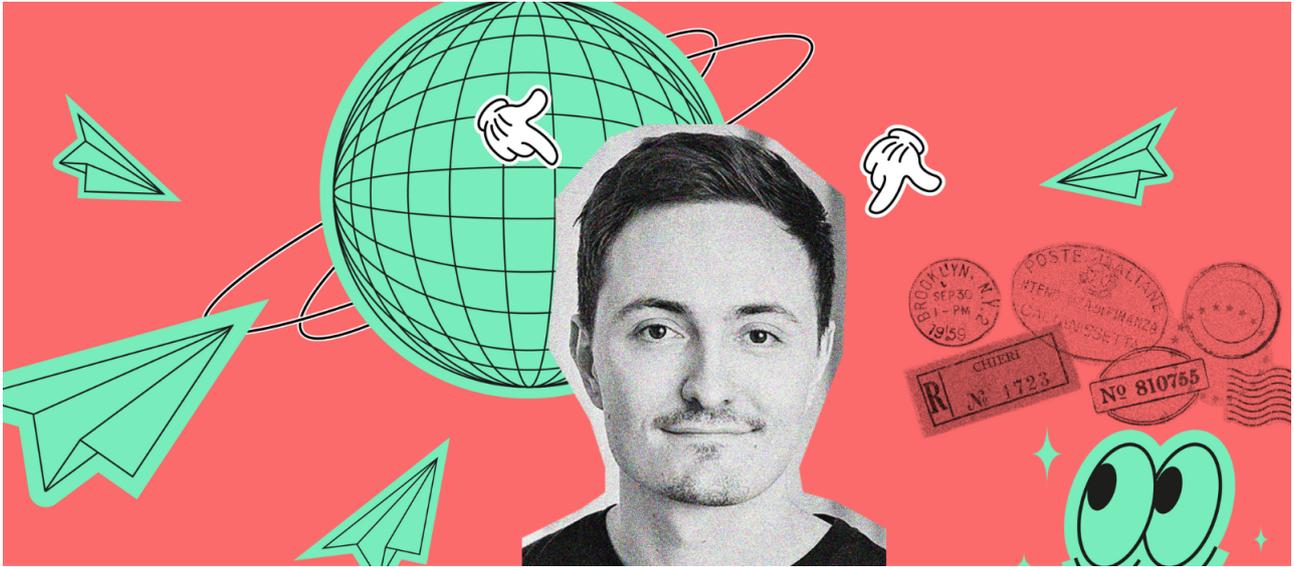
## Une exploitation rentable

Cette levée de fonds vient donc soutenir le développement de la marque car sur leurs salles déjà ouvertes, l'équipe a atteint la rentabilité et couvre ses frais d'exploitation, trois ans après leur lancement commercial, en 2021. *«C'est grâce à une collection de facteurs : la création d'un réseau rapidement, la qualité de la marque et des*

*expériences en salles et le pilotage financier qu'on peut avoir», explique Antoine Paulhac. «On n'est pas obsédés uniquement par le chiffre d'affaires, on regarde aussi ce qu'il se passe en dessous.» «On regarde énormément notre boîte et rien n'est jamais acquis. On est dans une quête perpétuelle de l'optimisation», renchérit Henri d'Anterroches.*

Climbing District propose des entrées à l'unité, des packs ou des abonnements. Les salles sont accessibles toute la journée, jusqu'à minuit. Ils proposent également des équipements uniques : à Saint-Lazare, les murs sont équipés d'auto-enrouleurs ce qui permet aux grimpeurs solo de profiter des murs d'escalade, et à Bastille, la salle a une "kilter-board", un mur de bloc spécifique et unique. Chez Climbing District, on peut également travailler dans des espaces de coworking à l'intérieur même des salles. Antoine Paulhac et Henri D'Anterroches misent également sur l'aspect communauté de leur clientèle : happenings comme des cours de jazz, expositions développées avec un curateur, compétitions, accueil de qualité... tout est fait pour réunir les grimpeurs.

*«Ce qu'on essaye de faire dans nos salles c'est de créer des lieux où on peut se retrouver et vivre ensemble», insiste Henri d'Anterroches. Pour renforcer cette dimension, Climbing District s'apprête à publier une charte de la mixité dans leurs salles. Henri d'Anterroches poursuit : «C'est aussi pour cela qu'on a un magazine papier. Pour quitter les médias sociaux et se connecter à l'autre autour d'un support.» Une philosophie adaptée aux férus d'escalade.*



À lire aussi  
Metafore, un concept d'événementiel B2B haut de gamme lancé  
par un ancien de WeWork



## MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups  
françaises !

JE M'INSCRIS

