

Swapcard lève 4 millions d'euros et officialise son pivot

Initialement lancé comme un service d'échange de cartes de visite, Swapcard s'est repositionné en tant que plateforme de gestion de communauté événementielle. Et a convaincu des investisseurs privés de lui accorder 4 millions d'euros.

C'est un tournant pour Swapcard. La startup annonce ce jeudi avoir bouclé un tour de financement de 4 millions d'euros auprès d'investisseurs privés non dévoilés. L'objectif de cette levée est clairement de passer à la vitesse supérieure à l'international, alors même que la jeune pousse possède déjà trois antennes à l'étranger (en Allemagne, en Espagne et au Canada) et opère dans une quarantaine de marchés au-delà des frontières françaises.

Swapcard souhaite ainsi « *renforcer sa présence* » dans ces marchés, et notamment en Afrique du Sud, en Côte d'Ivoire ou en Corée du Sud. « *Cette levée de fonds va permettre d'étendre notre présence dans les plus grands événements internationaux, renforcer notre R&D et offrir un support humain dans le plus de régions possibles* », souligne Baptiste Boulard, CEO de Swapcard.

Digitaliser l'événementiel

La startup profite de cette annonce pour officialiser son changement de stratégie, à l'oeuvre depuis plusieurs mois déjà. Initialement lancé comme un service de digitalisation de cartes de visite, la plateforme s'est recentrée sur un service événementiel dédié aux organisateurs. Toujours en lien avec son positionnement initial, ce nouveau service de « *smart matching* » suggère aux participants d'un événement des profils à rencontrer à l'occasion de celui-ci. Il permet également de personnaliser l'expérience de chaque utilisateur et un retour sur investissement accru pour les exposants.

Autre point fort de ce nouveau service : l'interopérabilité entre les différentes plateformes utilisées par les organisateurs et les partenaires. Une quinzaine de solutions sont déjà compatibles avec Swapcard. Et la startup peut se vanter d'avoir convaincu des événements comme VivaTech ou les TedX. « *Nous sommes bien positionnés en offrant une plateforme clé en main dans une industrie qui est en train de se digitaliser très fortement* », conclut Baptiste Boulard.