

Shotgun lève deux millions d'euros pour faciliter la découverte de la scène électro

Après une première levée de fonds en 2017, Shotgun conclut un nouveau tour de table de deux millions d'euros. La marketplace événementielle compte bien pouvoir s'exporter à l'international.

Temps de lecture : minute

17 février 2020

L'année 2020 commence bien pour la plateforme Shotgun. Après avoir bouclé une première levée en 2017 d'un million d'euros, elle vient de conclure une opération financière de deux millions d'euros auprès de son investisseur historique Newfund et du fonds anglais Venrex.

Fondée en 2014 par Lucas Gérard, Tristan Le Corre et Romain Dugier, Shotgun veut se définir comme la référence en terme de plateforme BtoBtoC. D'un côté, une plateforme pour les professionnels de l'événementiel leur donne un espace pour gérer les coulisses de leurs concerts ou festivals, fidéliser leur communauté et obtenir de la visibilité. Du côté des consommateurs, Shotgun propose une plateforme qui intègre un service de billetterie et des recommandations personnalisées pour découvrir de nouveaux lieux, de nouvelles expériences et de nouveaux artistes grâce à un algorithme se basant sur les habitudes des clients.

Un produit qui répond aux besoins des générations actuelles. *“La sortie est devenue un vrai mode de vie structurant : les nouvelles générations sortent jusqu'à trois ou quatre fois par semaine et ont besoin d'un outil qui leur permette à la fois de découvrir de nouveaux groupes - et ainsi faire évoluer leurs goûts - et d'organiser leur vie sociale autour de leurs*

sorties”, analyse Tristan Le Corre. la plateforme leur propose “On ne considère pas que le billet se vend comme un meuble mais comme un objet émotionnel et expérientiel”, explique l’entrepreneur.

Dans un marché hautement concurrentiel, Shotgun se différencie justement grâce à sa proposition BtoBtoC. *“La concurrence à laquelle nous devons faire face est scindée en deux. D’un côté, les plateformes BtoB qui ne proposent pas de service pour les consommateurs ou bien, à l’inverse, les plateformes entièrement dirigées vers la clientèle mais sans partie business”,* souligne Tristan Le Corre. Un modèle innovant dans le secteur permettant à la startup de jouer sur les deux tableaux à la fois.

De la même manière, la startup se garde toutes les portes ouvertes en termes de programmation musicale. Bien que la plateforme garde un ADN très électro, elle commence à s’ouvrir à d’autres styles, comme le rap ou la pop. *“L’électro est à l’avant-garde du secteur événementiel”,* explique Tristan Le Corre. *“C’est dans cette branche que la production événementielle est la plus importante, ce qui représente une opportunité de marché pour nous.”*

Un positionnement qui leur permet de limiter le phénomène de saisonnalité qui frappe le secteur événementiel. En effet, l’été constitue un pic d’activité avec la période des festivals, dont les ventes débutent dès février. Mais comme Shotgun intègre également les événements en salle et en club, la plateforme bénéficie d’une activité constante le reste de l’année, grâce aux sorties urbaines hebdomadaires.

Adresser les salles londoniennes et barcelonaises

Aujourd’hui concentré sur le marché français, Shotgun souhaite pouvoir conquérir de nouvelles parts de marché à l’international. *“La progression que nous souhaitons adopter nous pousse à nous développer tout d’abord*

à Barcelone puis à Londres”, explique Tristan Le Corre qui évoque également Bruxelles. *“Une fois que nous serons bien installés sur ces marchés, nous souhaitons pouvoir nous développer en allant plus à l’Est, à Berlin et au-delà, pour conquérir les marchés de l’électro les plus porteurs.”*

Pour cela, un des cofondateurs s’installera provisoirement à l’étranger, le temps de lancer une structure locale capable de prendre le relais ensuite. *“Les marchés sont trop différents pour être appréhendés depuis la France”, analyse Tristan Le Corre. “L’idée est d’ouvrir des bureaux sur place pour cerner les besoins spécifiques des Anglais et des Espagnols.”*

Autre objectif pour les trois fondateurs, développer la partie B2B de la plateforme. Ils comptent bien pouvoir proposer de nouveaux services au cours de l’année. Actuellement en phase de développement, une nouvelle fonctionnalité permettra de gérer tout le personnel (salariés et bénévoles) d’un événement. Elle devrait être disponible dans le courant du second trimestre de l’année.