

worldia



**Worldia, leader du voyage sur mesure en B2B2C,
lève 19 millions d'euros**



Worldia annonce une levée de fonds de 19 millions d'euros auprès des fonds d'investissement Red River West, CAP HORN et Raise Ventures. Cet apport va permettre à la startup parisienne d'accélérer son développement à l'international,

d'investir dans sa R&D et d'élargir son offre. Lancée en 2013, Worldia s'est imposé en quelques années comme le leader du voyage à la carte grâce à un positionnement B2B2C unique : proposer en marque blanche ou grise des plateformes permettant à tout partenaire de distribuer en ligne des voyages entièrement personnalisables pour leurs clients.

Worldia : une technologie unique au service du voyage ultra personnalisé

Worldia doit son succès à une idée simple : le consommateur d'aujourd'hui recherche une expérience de voyage originale et personnalisée, qu'il veut pouvoir composer lui-même, en quelques clics. C'est sur cette intuition qu'a été lancée la start-up Worldia en 2013, fondée par quatre Français passionnés de voyages et de technologie : David Parlange, Grégoire Pasquet, Christian Daguerre et Erwan Corre. Depuis le début, Worldia est en hyper croissance et affiche aujourd'hui un chiffre d'affaires de plusieurs dizaines de millions d'euros.

Pour répondre à cette nouvelle façon de voyager, Worldia a mis au point une technologie propriétaire unique. La plateforme Worldia permet aux distributeurs de voyages de créer en ligne des séjours à la carte complexes, associant différents types de prestations. Les prix et les disponibilités sont affichés en temps réel. La solution combine une interface client intuitive, une sélection pointue de produits réservables dans le monde entier (vols, hôtels, location de voiture et activités) et un service d'experts disponible 7j/7 et 24/24.

Worldia propose cet outil en marque blanche ou grise à tout type de distributeur de voyages (réseaux d'agences, sites de e-commerces, services de conciergerie). 1500 agences de voyage sont déjà clientes en France et à l'étranger, et plus de 80 000 voyageurs ont déjà utilisé le service. Sa simplicité d'utilisation a séduit quelques-uns des plus grands acteurs mondiaux du tourisme comme Thomas Cook, Promovacances, Cdiscount, Zankyou, etc. ou encore le service de conciergerie de luxe John Paul.

Fort de ces succès, Worldia se développe également en Europe. Le bureau de Berlin ouvre en 2017, la Belgique et la Suisse suivent dans la foulée, et l'Espagne est en cours de lancement. Si des tests ont déjà eu lieu hors Europe, notamment en Australie, les Etats-Unis sont les prochains nouveaux territoires confirmés & imminents. Pour ses fondateurs, ce succès est avant tout celui d'une équipe de plus de 60 personnes, passionnées par le voyage, l'innovation, et qui ont tous à cœur d'optimiser continuellement l'expérience client.

« Cette levée de fonds récompense le travail fantastique de nos équipes au quotidien et représente une nouvelle étape majeure pour Worldia. Nous sommes ravis de l'entamer avec Red River West, Cap Horn, et Raise Ventures qui vont nous apporter des expertises très complémentaires pour les défis à venir.

Nous avons désormais les moyens de nos ambitions pour offrir la meilleure solution intégrée de voyage sur-mesure, car nous sommes convaincus que cela sera la norme d'ici 5 à 10 ans. La digitalisation est toujours un sujet d'actualité dans le secteur du voyage, c'est un défi pour les acteurs traditionnels comme pour les nouveaux entrants. Avec Worldia, nous souhaitons être un accélérateur et un facilitateur de leur transformation. »

Grégoire Pasquet, CEO de Worldia

« Ce qui nous habite chez RRW, c'est d'être les premiers à identifier des sociétés technologiques françaises qui peuvent apporter une vraie innovation aux Etats-Unis. C'est le cas de Worldia qui a su convaincre une des plus grosses agences de voyage aux US

durant nos dues dilligences. Notre ambition est de l'aider à passer à la prochaine étape, en devenant un leader mondial via une internationalisation réussie notamment aux Etats-Unis ».

Antoine Boulin, Partner de Red River West

« Grâce à des profils très complémentaires et à une expertise pointue du voyage sur-mesure, Worldia a réussi à s'imposer en quelques années comme le leader de la création de voyages à la carte en B2B2C. Sa plateforme dispose d'un avantage technologique considérable et permet à ses partenaires distributeurs d'adresser une demande en forte croissance sur le marché. Déjà bien implanté en France et en Europe, la société enregistre une forte traction à l'international. Nous sommes heureux et fiers de pouvoir accompagner Worldia dans une nouvelle phase de son développement, aux côtés de CAP HORN et Red River West ».

François Collet, Partner de RAISE Ventures

« Nous sommes ravis d'accompagner Worldia dans cette nouvelle étape aux côtés de Red River West et Raise Ventures. Le marché du voyage personnalisé est en forte croissance en France et à l'international. Outre la qualité de la technologie et de l'équipe fondatrice, le modèle de développement de l'entreprise s'inscrit parfaitement dans notre thèse d'investissement B2B digitale. La société pourra bénéficier du réseau de CAP HORN pour accélérer son développement, en France et à l'étranger ».

Clara Audry, Directrice d'Investissement CAP HORN

Quatre nouveaux axes de développement

La levée de fonds de 19 millions d'euros permet à Worldia de répondre à quatre objectifs majeurs :

- 1. Accélérer le déploiement à l'international, en se renforçant en Europe et en s'attaquant principalement aux USA.** Les efforts porteront à la fois sur son premier marché, la France, et sur de nouveaux marchés émetteurs. Grâce à l'expertise de Red River West, les premiers contacts ont été noués aux Etats-Unis et Worldia a pour objectif d'y être opérationnel dans les douze mois.
- 2. Poursuivre le développement de la plateforme.** Worldia compte investir massivement dans la R&D et dans sa technologie propriétaire, afin d'accentuer son avance sur la concurrence. L'entreprise est en effet le seul acteur à proposer des voyages multi-prestations entièrement personnalisables en ligne avec des tarifs en temps réel.
- 3. Continuer à développer l'offre produit.** Worldia veut étoffer le nombre de destinations couvertes ainsi que l'étendue des types de prestations offertes, et renforcer son expertise destination.

4. **Maintenir une croissance soutenue.** Worldia ambitionne **d'amplifier sa présence sur de nouveaux segments de marché**, en proposant ses services à un plus grand nombre de marques du **e-commerce et de la grande distribution**. Une offre dédiée aux **comités d'entreprises** est également en cours de finalisation : elle permettra bientôt aux entreprises d'offrir à leurs salariés des voyages personnalisés. Une version de la plateforme sera également dédiée aux bloggers et influenceurs.

Dans le cadre de cette stratégie de développement, les dirigeants de Worldia envisagent de tripler la taille de leur « tribu voyageuse » d'ici trois ans et de multiplier par dix leur chiffre d'affaires. Voilà qui promet un beau voyage pour les équipes actuelles et futures, dans une start-up qui présente tous les atouts d'un futur leader du tourisme.

À PROPOS DE WORLDIA

Worldia est le leader B2B2C du voyage à la carte. Véritable pionnier dans le secteur du tourisme, il propose depuis 2013 un service unique de planification de voyage à la carte entièrement personnalisable. En marque blanche ou grise, Worldia offre aux entreprises de tout secteur (agences de voyages, grandes marques du e-commerce, conciergeries...) l'opportunité de devenir un spécialiste du voyage à la carte. La clé : une expertise humaine, une innovation technologique et un savoir-faire à toutes les étapes du voyage. Avec son offre de plus de 800 itinéraires à personnaliser dans 60 destinations, Worldia met le monde à portée de clics !

À PROPOS DE RED RIVER WEST

Red River West est une plateforme de capital-risque franco-américaine dédiée à la French Tech, réunissant autour d'elle des familles et des entrepreneurs des deux côtés de l'Atlantique. Elle a pour objectif d'accompagner une dizaine de start-ups pour accélérer leur développement commercial aux États-Unis et les aider à passer d'une position de leader local à celle de leader mondial.

Red River West s'appuie pour cela sur deux piliers : Artémis, société d'investissement de la famille Pinault disposant de 25 ans d'expérience dans le private equity et une équipe de trois entrepreneurs-investisseurs basée aux États-Unis, menée par Alfred Véricel, co-fondateur de Purch, le leader mondial des publications en ligne de contenus sur les technologies. Red River West compte parmi ses participations Le Collectionist, Allo-Media, Speach.me et Dataimpact.

À PROPOS DE RAISE

Fondé en 2013 par Clara Gaymard et Gonzague de Blignières, le Groupe RAISE s'organise autour de cinq activités complémentaires :

- RAISE Investissement, société de capital développement de 410M€ ciblant les ETI à fort potentiel de croissance et prenant des participations comprises entre 10 et 50M€ ;
- RAISE REIM, société de gestion de portefeuilles dédiée à l'immobilier, dont le premier véhicule est doté d'un capital de 296M€ ;
- RAISE Ventures, société d'investissement au capital cible de 100M€ ciblant les startups innovantes et en forte croissance ;
- RAISE Impact, société d'investissement dotée de 100M€ dédiée à l'investissement dans des projets à impact à travers l'accompagnement de PME et de startups à mission ou en transformation ;
- Le Fonds de dotation RAISESHERPAS, structure philanthropique dotée de plus de 22 M€ permettant d'accompagner, de financer et de mettre en réseau des startups afin de les aider à bâtir des aventures pérennes.

Le Groupe RAISE repose sur un mécanisme de financement conjuguant rentabilité et générosité puisque les équipes d'investissement donnent 50% de leur intéressement afin de financer le Fonds de dotation RAISESHERPAS. Ce dispositif pionnier en France permet de créer un écosystème vertueux, mêlant les grands groupes et institutionnels actionnaires, les ETI et les startups.

À PROPOS DE CAP HORN

CAP HORN est un fonds de capital-risque français investissant dans des startups digitales B2B européennes. Avec 180M€ sous gestion, CAP HORN accompagne plus de 25 entreprises. L'équipe s'appuie sur son réseau de 250 dirigeants d'entreprises, institutionnels et industriels pour accélérer commercialement ses participations, en leur fournissant un accès direct aux décideurs des industries qu'elles transforment.

- Leverage the network -