



#AMBASSEUR



Emkipop

Emeline Lallemand & Guillaume Bacqueville
Marseille (13)

HISTOIRES EXTRA-ORDINAIRES

« Il y a un avant et un après dans la vie de tout créateur : un passage d'une vie salariée à une vie d'entrepreneur, un rebond, un retour à l'activité, un rêve réalisé... Il n'y a pas de mythe ou de magie dans leurs histoires mais de la volonté, des compétences, de la prise de risque et beaucoup de passion. »

De la TPE à la PME : la recette glacée d'Emkipop pour se développer

Des 3 roues de leur triporteur à l'ouverture de leurs 3 cafés. C'est le parcours d'Emeline et Guillaume, les fondateurs d'Emkipop. Cette jeune entreprise artisanale confectionne des bâtonnets glacés aux recettes originales produites en France. Fortement ancrée en Provence, la PME rafraîchissante emploie près de 20 salariés et distribue ses produits partout dans l'hexagone.

« Être entouré »

C'est en 2015 à New-York que le projet Emkipop naît après qu'Emeline et Guillaume croisent la route d'un triporteur proposant des « Ice Pop ». Désireux d'entreprendre, les deux consultants se lancent sans hésiter en s'entourant. « Dès le début nous avons collaboré avec des glaciers, des producteurs et plusieurs spécialistes pour travailler nos produits. Pour l'aspect entrepreneurial et notamment la faisabilité économique, BGE Provence Alpes Méditerranées nous a épaulés. »

« Un triporteur pour tester les produits »

5 mois de recherche et développement et 60 recettes plus tard, c'est au guidon de leur triporteur qu'Emeline et



La crise nous a permis de lancer en urgence la vente en ligne.

Guillaume distribuent sur le Vieux-Port leurs bâtonnets fabriqués à 100% dans leur région. « Cette stratégie de distribution nous a permis de tester notre produit à moindres frais directement auprès de nos futurs clients ainsi que de faire parler de nous. »

« 3 cafés et 250 revendeurs pour multiplier les canaux de distribution »

Un test concluant qui confirme leur volonté de décliner leur univers pop et coloré en cafés. Ils en ouvrent 3 en propre à Marseille, Aubagne et Paris en plus de leur laboratoire. « L'idée est de développer le concept en franchise ». Ils investissent également le marché de l'événementiel pour les particuliers et les entreprises tout en renforçant la vente grand public grâce à un réseau de 250 partenaires revendeurs partout en France.



Accompagnés par
**BGE PROVENCE ALPES
MÉDITERRANÉE**