Pour accompagner sa croissance et simplifier toujours plus les courses en ligne, la startup retailtech MIAM lève 1.5 million d'euros.

Créé en 2019, Miam s'est donné une mission : simplifier l'expérience des courses en ligne en inspirant les consommateurs dans la préparation de leurs repas. Grâce à une solution logicielle intégrée facilement aux sites drive des enseignes alimentaires, les habitudes d'achat et de navigation du consommateur sont analysées. Au fur et à mesure que le client fait ses courses en ligne, il voit apparaitre une multitude d'idées repas personnalisées qu'il peut en un clic ajouter à son panier. La solution a déjà séduit Cora et Système U, qui l'ont déployée sur leurs sites e-commerce respectifs en 2021. Afin d'accompagner sa croissance, Alexis Tonnoir, César Tonnoir et Thomas Potel, fondateurs, viennent de boucler un tour de financement de 1.5 million d'euros auprès d'investisseurs privés.



« La solution que nous avons mise au point est inédite sur le marché. Depuis nos débuts, elle est portée par deux idées fortes : rendre les courses en ligne plus accessibles, et augmenter la rentabilité du modèle drive. Nous permettons aux plus grandes enseignes alimentaires d'accélérer leur transformation digitale, d'améliorer leur connaissance client, et de répondre à une attente exprimée clairement par leurs clients.

Cette levée de fonds, réalisée alors que nous sommes à l'équilibre depuis 2 ans, est une étape importante qui nous permet d'accélérer fortement notre développement commercial. »

Alexis Tonnoir, César Tonnoir et Thomas Potel, fondateurs de Miam

Une expérience du drive hyper-personnalisée et un panier moyen en nette croissance

Dotée d'un moteur de recommandation par intelligence artificielle, la solution développée par Miam s'intègre facilement aux sites drive des enseignes alimentaires.. Au fil des rayons visités, ce moteur suggère au client, directement dans son parcours d'achat, des recettes personnalisées en fonction du rayon dans lequel il se trouve, de son historique de commandes, de ses goûts ou encore de ses marques préférées.

Une fois la recette choisie, l'ensemble des ingrédients est ajouté en un clic au panier de courses. Miam se charge au passage de calculer les bonnes quantités selon le nombre de convives, et de retirer du panier ce que le visiteur a probablement déjà dans ses placards (sel, poivre, huile d'olive...). **Au fil du temps, grâce au machine learning, le moteur apprend à mieux connaître le client**. Les recommandations deviennent de plus en plus pertinentes et personnalisées, toujours à 1 clic du panier. Proposée en marque blanche, directement intégrée au site de l'enseigne, la plateforme Miam garantit une expérience utilisateur optimale. Pas besoin d'installer une énième application, le client reste sur le site de l'enseigne

En février 2021, **Cora a été la première à déployer Miam sur l'ensemble de ses drives**. **Système U** a suivi quelques mois après, déployant le service sur 50, puis 200 points de vente. L'enseigne vise un déploiement progressif sur les 850 points de vente du groupe. Et les résultats sont là : **sur Cora et Système U, le panier moyen enregistre une augmentation de 25 à 40%** lorsqu'il contient des recettes.

Une levée de fonds pour doubler ses effectifs et continuer d'innover

En 2021, Miam a vu son activité accélérer fortement, triplant son chiffre d'affaires en un an et enregistrant un exercice à l'équilibre pour la deuxième année consécutive. Pour 2022, La société a revu ses objectifs à la hausse et prévoit de dépasser le million d'euros de CA au cours de l'année."

Cette première levée de fonds, réalisée en BSA-Air, va permettre à Miam de continuer à faire évoluer sa solution logicielle tout en accélérant les recrutements, à Lille et partout en France. Miam prévoit ainsi de doubler ses effectifs, passant de 8 à 17 collaborateurs, sur différents types de postes : ingénieurs, commerciaux, et créateurs de contenu.

Contact Presse I Presse & Cie I Laetitia Munoz I lmunoz@presse-cie.com I 06 20 49 90 39