Avec son application, Lopp fait baisser votre addition au restaurant

Vous utilisez peut-être déjà Shopmium, cette application qui "rembourse" une partie de vos courses. C'est le moment de découvrir Lopp. Cette startup, lancée en 2018, a aussi pour ambition de doper votre pouvoir d'achat lorsque vous allez au restaurant. Une offre bienvenue, en cette période d'inflation.

Temps de lecture : minute

8 août 2022

Œufs, farine, pâtes, papier, bois… Nombreux sont les produits dont les prix ont flambé, ces derniers mois. L'inflation est au cœur de notre été et des vacances des Français qui, malgré la période estivale, doivent jongler entre budget et plaisir. C'est là que Lopp - contraction de l'opportunité - entre en jeu. Imaginée par d'anciens de la restauration - Angélique Tournoud, Julien Beltran et Ziad Mehanna -, Lopp cherche à réduire l'addition au restaurant.

Rien de plus simple pour y arriver, il suffit de prendre son addition en photo à la fin de son repas et cliquer sur l'onglet "Je joue" dans l'application. Comme à la loterie, la roue tourne et vous obtenez un gain compris entre un euro et 99 % de l'addition. Il n'y a pas de perdant. Quelques critères d'éligibilité sont tout de même requis. L'addition doit, par exemple, atteindre les 25 euros minimum et il n'est pas permis de "jouer" plus de deux fois dans le même restaurant par semaine. Les gains sont récupérables lorsque le montant de récompense atteint 10 euros.

"*En mettant les sorties au cœur du quotidien, Lopp s'inscrit dans le*

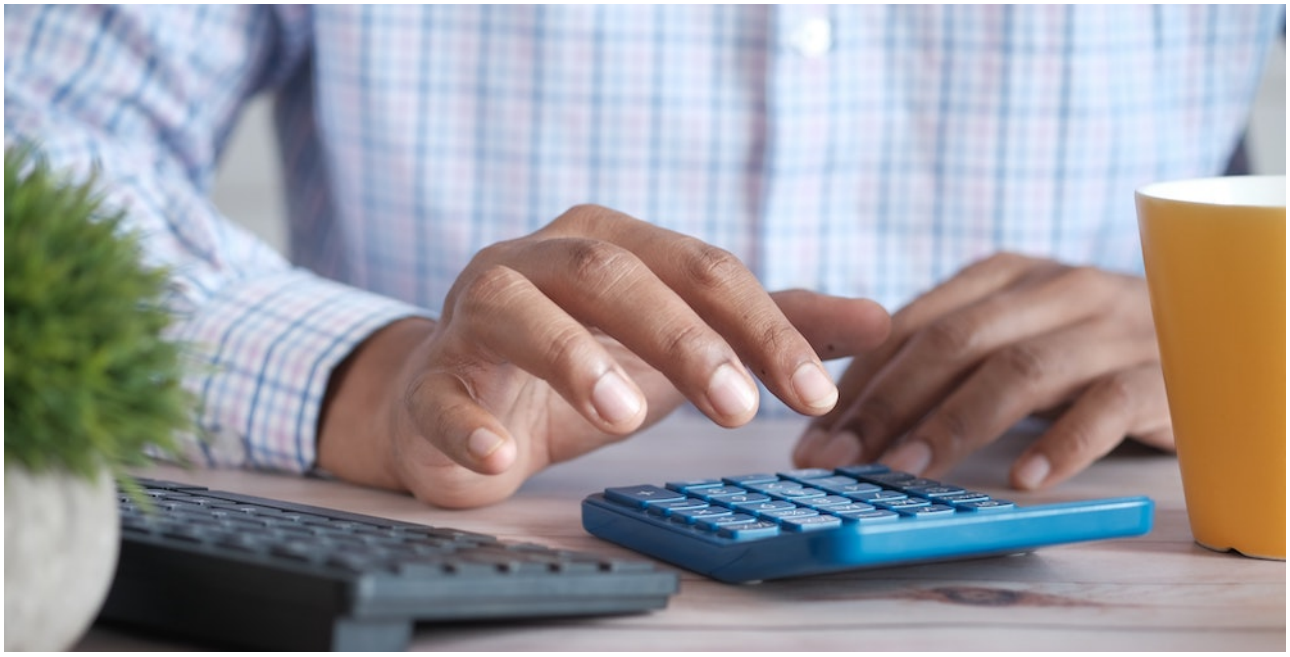
développement local et la découverte de nouveaux lieux, tout en récompensant la fidélité des foodistas. Et plus une personne sera fidèle, plus elle sera récompensée", détaille la startup. Cette dernière a développé un algorithme propriétaire, qui reconnaît la récurrence des passages chez un même restaurateur et prime cette fidélité.

Un service bientôt disponible en région

Sur le banc d'essai depuis septembre 2021, le concept a réussi à séduire plus de 100 000 utilisateurs et généré plusieurs centaines de milliers d'euros de récompenses sur la seule région Île-de-France, où l'application est déployée, rapporte le média l'Hôtellerie Restauration. Plus de 18 000 restaurants sont disponibles dans l'application et 2 200 additions sont scannées quotidiennement, assure la société sur son site. Les plateformes de livraison ne sont pas éligibles.

Lopp s'adresse autant aux fast-food qu'aux restaurants gastronomiques. En période d'acquisition, la société reconnaît "*perdre de l'argent*" pour mieux en gagner plus tard, l'application étant proposée gratuitement aux restaurateurs pour le moment. Une fois la masse critique de 200 000 utilisateurs atteints, le modèle changera. "*Les restaurants auront la possibilité de s'adresser à nous pour driver des clients en période de creux. Nous développons aussi le programme de fidélité. Chaque restaurateur aura la possibilité d'en mettre un en place sur notre application : plus vous viendrez dans ce restaurant, plus les récompenses seront importantes*" , développait récemment Julien Beltran, au micro de BFM TV.

En parallèle de cette acquisition et du développement de son offre payante, Lopp débutera son déploiement en région à partir du mois de septembre 2022. Mais son ambition est, déjà, de s'exporter rapidement à l'international.



À lire aussi
Alimentation, habillement... Ces startups qui aident à faire des économies

---

Article écrit par Anne Taffin