

Foodtech : Malou lève 10 millions d'euros pour s'imposer à Paris et New York

Malou, la startup qui aide les restaurateurs à optimiser l'acquisition et la satisfaction de leurs clients en ligne, réalise sa première levée de fonds. Si la mentalité de ses fondateurs reste celle du bootstrap, ces fonds étaient nécessaires pour satisfaire leurs ambitions internationales.

Temps de lecture : minute

20 novembre 2023

Vous ne connaissez probablement pas Malou, et pourtant si vous avez déjà déjeuné chez Cojean, commandé chez Côté Sushi ou bu un verre au Perchoir, à Paris, vous y avez été exposé. Lancée en janvier 2021, la solution de la jeune pousse permet aux restaurateurs de gérer eux-mêmes leur présence et leur image en ligne. La startup vient de boucler un premier tour de table de 10 millions d'euros. Cette levée de fonds a été menée par le VC hollandais henQ, aux côtés du VC new-yorkais Bleu Capital, de business angels comme Bertrand Jelensperger, le fondateur de The Fork et de plusieurs clients restaurateurs.

« Aujourd'hui, une bonne cuisine, un excellent service et un décor remarquable ne suffisent plus. L'acquisition clients se fait désormais en ligne pour les restaurants, ils ont besoin d'y être visibles et attractifs, et pourtant ce n'est pas leur métier », partage Louiza Hacene, CEO et cofondatrice.

Malou met le digital au service de la croissance des restaurateurs

Malou permet aux restaurateurs de gérer eux-mêmes tous les éléments clés de leur image en ligne : référencement, réseaux sociaux, e-réputation et interactions digitales. La plateforme permet d'intégrer, au sein d'un hub centralisé, la page Google d'un restaurant, ses profils de réseaux sociaux ainsi que les plateformes de référencement et de livraison.

La startup a développé ses propres solutions d'IA et d'automatisation afin d'analyser et générer efficacement des réponses aux commentaires des clients, rédiger des posts destinés aux réseaux sociaux et garantir des informations cohérentes entre les différents canaux.

La startup indique qu'elle réalise aujourd'hui entre 2 et 5 millions d'ARR, grâce à 2000 clients dans 12 pays.

Un pivot réussi de l'agence au SaaS

Toujours dédiée au secteur de la restauration, Malou a d'abord été une agence de marketing digital. *« L'agence fonctionnait bien, mais ce modèle avait des limites et ne répondait pas à nos ambitions de développement international. En 2020, nous avons donc pivoté du service au SaaS. C'est le service qui nous a d'ailleurs permis de développer le SaaS »*, raconte Louiza Hacene. *« Mais depuis le début, nous avons eu la volonté d'être très verticalisés, en nous dédiant aux restaurateurs. J'ai la conviction que pour développer le meilleur produit possible, il ne faut avoir qu'une seule cible »*, ajoute Louiza Hacene.

« Si nous n'avions pas levé d'argent, nous aurions été rentables au bout de quelques mois. Nous avons une mentalité bootstrap, mais nous avons levé pour accélérer sur le produit, la technologie et la donnée », partage

Louiza Hacene. Ce financement va permettre à Malou d'accélérer sa croissance en France, d'améliorer les fonctionnalités de la solution et de s'étendre à l'international, en Europe, au Moyen-Orient et aux États-Unis, en se concentrant sur les grosses villes avec, dans un premier temps, New York et Paris.

« Pour l'instant, nous allons gérer l'international depuis notre bureau parisien. À partir d'un certain niveau de chiffre d'affaires, nous recruterons localement. Notre premier bureau hors de France sera probablement à New York où nous avons déjà de très beaux clients », confie Louiza Hacene. Malou prévoit de recruter 50 personnes d'ici fin 2024, donc un directeur financier, un directeur des ressources humaines, des développeurs et des data scientist.



À lire aussi

Qui sont ces restaurateurs qui lèvent des fonds ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Manon Triniac