

Avec Monoprix et Cora Roumanie, Miam se diversifie et met le cap à l'international

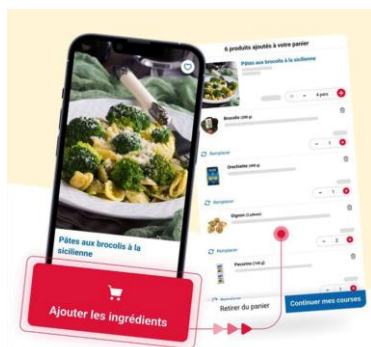
Trois ans après son lancement, Miam passe en phase de développement accéléré. La startup, créée par Alexis Tonnoir, César Tonnoir et Thomas Potel, vient de franchir le cap du million d'euros de chiffre d'affaires, affichant trois exercices bénéficiaires. La levée de fonds, réalisée en mars dernier pour un montant d'1,5 million d'euros, lui a d'ores et déjà permis d'intensifier son déploiement commercial. Depuis le début de l'année, 5 nouvelles enseignes ont ainsi été conquises par sa solution novatrice de recommandation d'idées repas commandables en ligne. Elle s'est aussi diversifiée via une première collaboration hors alimentaire menée avec Monoprix et a fait ses premiers pas à l'international avec Cora Roumanie.

Le succès d'une solution intelligente pensée pour faire les courses autrement

Depuis 2019, Miam réinvente le parcours des courses en ligne avec sa solution pensée pour les acteurs de la distribution alimentaire. Parmi ses nombreux atouts technologiques, elle intègre **un algorithme d'intelligence artificielle qui propose, aux consommateurs en mal d'inspiration, des idées repas dont les ingrédients sont en lien avec les rayons qu'ils visitent**. De plus, les produits et marques suggérés sont personnalisés en fonction de leur historique de commandes. Quel que soit le plat choisi, **l'ensemble des ingrédients peut être ajouté en un seul clic au panier de courses**. La startup se charge au passage de calculer les bonnes quantités selon le nombre de convives et de retirer du panier ce que le client 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 consommateur. Les recommandations deviennent ainsi de plus en plus pertinentes et personnalisées, toujours à 1 clic du panier. Une vraie innovation.

Proposée en marque blanche, la solution Miam garantit une expérience utilisateur optimale : l'intégration des fonctionnalités et des composants graphiques Miam aux couleurs de l'enseigne se niche au sein du parcours d'achat. Les courses se font sans rupture, au sein du site de l'enseigne, depuis la suggestion de recettes jusqu'au paiement. C'est notamment ce qui a séduit Cora France et Système U, clients de la première heure, rejoints ces derniers mois par Chronodrive, Monoprix, Cora Roumanie et deux enseignes françaises dévoilées ces prochaines semaines.

En moins d'un an, Miam est ainsi passée de 2 à 7 clients, multipliant son chiffre d'affaires par 4, pour dépasser le cap du million d'euros en 2022.



Avec Cora, Miam s'invite sur la scène européenne

Entre Cora et Miam, l'histoire commence en France, en 2021. L'enseigne intègre alors la solution Miam sur l'ensemble de ses drives. Les premières métriques révèlent un panier moyen en nette augmentation – de l'ordre de 30% – et un réel intérêt des utilisateurs pour la fonctionnalité. Quelques mois plus tard, Cora Roumanie emboîte le pas. **La startup vient en effet d'enrichir son application pour qu'elle puisse être déployée dans toutes les langues et sur toutes les plateformes web et mobile.** Elle est aujourd'hui prête à se déployer en Europe.



Avec Monoprix, Miam investit le non alimentaire

Miam a plus d'un tour dans son sac de courses. Conçue à l'origine pour l'alimentaire, la startup s'est donnée pour mission de faciliter les courses en ligne, toutes les courses, même les achats non alimentaires.



Pour ce faire, la société s'appuie sur son expertise technologique qu'elle met au service de nouveaux usages. Ainsi à **la rentrée dernière, les équipes de R&D de Miam ont simplifié les achats de fournitures scolaires des clients de Monoprix.** Une photo de leur liste papier intégrée au site e-commerce générait automatiquement une liste d'articles scolaires à ajouter au panier.

Une innovation que Miam se dit prête à renouveler sur d'autres usages, d'autres secteurs, pour d'autres temps forts des achats en ligne.