

Nom de la start-up	Malinshopper.com
Date de création	Août 2015
Capital social	/
Nom du (des) fondateur(s) et cursus (universitaire et/ou entrepreneurial)	Alex Panican, MBA (Business Strategy) Carlos Perez, PhD (Technologie & Télécoms)
Nombre d'employés	5
Domaine d'activité et description du produit / service	Malinshopper.com est une plateforme web géolocalisée fournissant de l'intelligence locale aux acheteurs et aux vendeurs : > Elle permet aux consommateurs de trouver les meilleures offres disponibles dans les commerces à proximité. > Basé sur du <i>Data Mining</i> , la technologie fournit aux enseignes et aux marques des informations stratégiques sur les tendances de la consommation, afin de les aider à adapter leur offre et à augmenter leurs ventes locales. Concrètement, nous savons quelles sont les marques de téléviseurs préférées des Luxembourgeois, quel modèle de machine à café ils recherchent, quelle est l'enseigne la plus populaire cette semaine et quel est le prix optimal pour vendre un aspirateur à Luxembourg-ville. Nous détenons ces statistiques pour le Grand-Duché, mais également pour les principales villes françaises et belges.
Sur quoi se base votre business model ?	Le business model de malinshopper.com est basé sur l'agrégation des offres, l'affichage des produits les plus pertinents aux consommateurs et la collecte de données géomarketing pour les enseignes et les marques.
Dernière levée de fonds (ou en cours)	Levée de fonds de 500 k € en cours.
Données financières de base (chiffre d'affaires, résultat si pertinent)	/
Quelle est votre prévision de croissance à 3 ou 5 ans ?	Avec près de 2.200 magasins et plus de 100.000 promotions référencés en un an, malinshopper.com a d'ores et déjà aidé plus de 2,9 millions de consommateurs dans leur processus d'achat. Nous ambitionnons de devenir la principale source d'information géolocalisée en France d'ici trois ans, avec plus d'un million d'offres publiées annuellement et plus de 5.000 commerces référencés. Après la France, les marchés visés sont l'Allemagne et l'Espagne, où la demande pour nos services est très présente, aussi bien de la part des consommateurs que des enseignes.
Pourquoi avez-vous choisi Luxembourg ?	Marché niché au cœur de l'Europe avec un accès facile sur la France, la Belgique et l'Allemagne. Marché test avec une forte proximité des commerces, ce qui facilite le démarchage et les tests pilotes.
Qu'est-ce qui différencie votre produit / service de la concurrence ?	Contrairement aux études de marché traditionnelles, qui offrent des données historiques et passives, malinshopper.com fournit des données actuelles et dynamiques sur les intérêts des consommateurs locaux. Grâce à l'accumulation continue des offres, les algorithmes commencent à

	fournir des informations prédictives sur les tendances et le potentiel de marché de certains produits. Grâce à l'automatisation de la technologie, l'intelligence locale de malinshopper est également beaucoup moins onéreuse que les autres sources d'information. L'accès aux données stratégiques se démocratise ; désormais, une petite enseigne peut être aussi informée qu'un géant de la distribution.
Pourquoi votre business aura de la valeur dans 5 ans ?	Une fantastique accumulation d'informations produits mais surtout de données géomarketing concernant les tendances en matière de demande locale et de profilage consommateurs. Malinshopper.com sera la principale source d'intelligence locale pour les enseignes, les marques et les professionnels du marketing.