

PORTRAIT STARTUP



OFFINITE LA PUB DIGITALE ENFIN PERTINENTE

INNOVATION

52

Quoi de plus dérangeant qu'une publicité pop-up qui arrive sur notre écran lorsque nous consultons un site Internet ? Souvent, nous la balayons sans y prêter attention... alors que nous venons peut-être de passer à côté d'une promotion attendue depuis des semaines. Elle est simplement arrivée au mauvais moment, au mauvais endroit. Et si les offres commerciales liées à nos marques préférées étaient rassemblées sur une seule et même application ? C'est ce que propose Kévin Meunier avec Offinite.

Pouvez-vous nous présenter Offinite ?

Avec Offinite, nous voulons renverser le modèle actuel de la publicité sur Internet et permettre aux consommateurs de recevoir, au bon moment, des promotions et offres qui les intéressent vraiment.

Offinite se présente comme une application de type Instagram ou Facebook : l'utilisateur a accès à ses produits et services préférés : épicerie, vêtements, bricolage, meubles, électronique... Les offres couvrent de nombreux domaines, mais aussi de nouveaux produits ou des exclusivités.

Lors de l'installation, l'utilisateur est invité à répondre à quelques questions (âge, sexe, intérêts, géolocalisation), afin de lui permettre d'accéder à des contenus pertinents. Deux usages sont possibles : soit on recherche activement des promotions, soit on souhaite découvrir de nouveaux produits.

Contrairement à la publicité, l'objectif est de créer un environnement win-win pour les consommateurs et pour les entreprises. Nous fonctionnons comme un relais entre les deux. L'algorithme est conçu pour faire correspondre les offres aux utilisateurs grâce à un score d'affinité attribué à chacune d'elles.

Aujourd'hui, nous travaillons déjà avec plusieurs marques au Luxembourg : Auchan, Delhaize, POST Luxembourg, Munhowen et d'autres enseignes plus petites.

Qu'est-ce que Offinite apporte de nouveau sur le marché ?

Ce type d'application n'existe pas encore. D'un point de vue design, Offinite reprend volontairement les codes graphiques des applications que les utilisateurs connaissent déjà. L'expérience est donc immédiatement familière et intuitive. La véritable innovation se situe dans le modèle.

L'une de nos forces est d'être ouverts aux petites, moyennes et grandes entreprises. Aujourd'hui, faire de la publicité digitale reste complexe et souvent peu efficace. Sur les réseaux sociaux, même les grandes enseignes luxembourgeoises peinent à toucher plus de 20 % de leur audience via la publicité. Quant aux petites structures, elles doivent disposer des connaissances nécessaires pour lancer des campagnes digitales.

Avec Offinite, un artisan pâtissier peut mettre un produit en avant en quelques minutes seulement. Il prend une photo, l'application la rend visuellement attrayante, et la publication est prête à être diffusée.

Comment voyez-vous le futur d'Offinite ?

Nous allons intégrer plus d'enseignes, petites, moyennes et grandes, afin de proposer une expérience personnalisée à l'instar d'un TikTok. Plus il y aura d'offres, plus le consommateur aura de chances de trouver celle qui lui correspond.

Pour le moment, nous nous concentrons sur le Luxembourg. À l'avenir, nous allons nous tourner vers l'étranger. Lorsque l'on se rendra dans une grande ville, par exemple, on pourra consulter Offinite pour découvrir les offres intéressantes autour de soi.

L'objectif à long terme est de proposer non pas uniquement des offres, mais une expérience de shopping personnalisée qui permettra également de maintenir l'attractivité des commerces locaux.



Offinite

