

# SUCCESS STORY

ELFY PINS

## L'APP QUI S'OCCUPE DE VOTRE TEMPS LIBRE

elFy Pins a créé, il y a près de trois ans, un moteur de recherche intelligent qui recense tous les bons plans loisirs que l'on peut trouver près de chez soi. Grâce à la géolocalisation et à un algorithme puissant qui va chercher les bonnes informations au bon endroit et au bon moment, Supermiro satisfait les envies de sorties de toute la famille.

Texte : Catherine Moisy - Photos : Emmanuel Claude / Focalize

### Pouvez-vous nous dire comment marche Supermiro et quel business model vous avez adopté ?

« Supermiro est basé sur un algorithme qui va chercher les informations concernant des événements ou des activités proposés par des organisateurs (associations, bars, restos, institutions, musées, magasins, lieux touristiques...). En amont, l'intelligence artificielle que nous avons créée cherche, trie et catégorise des informations pertinentes pour nos utilisateurs et, en aval, propose les bonnes sorties, aux bonnes personnes, au bon moment et au bon endroit. Le service est gratuit, à la fois pour les organisateurs d'événements et pour les utilisateurs. Le business model est basé sur la vente de packages de communication. Il peut s'agir de 'boosters' de visibilité pendant une période donnée ou de formats publicitaires hautement différenciés. Nous proposons un concept unique de publicités illustrées et entièrement intégrées dans l'expérience Supermiro, en *native advertising*. C'est-à-dire qu'elles adoptent complètement le design ainsi que le ton humoristique du site, qui plaisent tant aux utilisateurs, sans venir perturber ceux-ci dans leur navigation. Ces campagnes enregistrent des taux de clics en moyenne 10 fois supérieurs à ceux des campagnes traditionnelles. La réponse du marché est extrêmement positive. En deux ans, une trentaine des plus grands annonceurs de grandes marques sont devenus des clients réguliers.

### Vous avez fait des études de design et d'arts appliqués, n'avez-vous pas été tentée de créer un business dans ce domaine-là ?

« Pour moi, la réussite de Supermiro est complètement liée à son design et à son graphisme. La simplicité d'utilisation de l'interface est le résultat direct de mes réflexions sur le rôle du design. Tout l'univers graphique que j'ai créé pour le site, et qui est aussi à la base du *native advertising* que nous proposons, fait appel au design et au marketing. Je ne me suis en réalité jamais considérée comme une 'artiste', ce n'est pas un hasard si j'ai choisi les arts appliqués à l'industrie plutôt que les beaux-arts. Et j'ai toujours eu un côté super organisée et rigoureuse et une furieuse envie d'entreprendre !

### Comment avez-vous financé le projet Supermiro ?

« Au début, le projet a été lancé sur le coin d'une table entre amis. L'idée : partir de rien, s'amuser et faire quelque chose de super grand. Le succès et les revenus obtenus dès les premiers mois ont permis d'auto-financer le *test market* luxembourgeois, puis de financer le développement de l'algorithme pour rendre possible un déploiement du service à grande échelle. Forts de notre succès et des chiffres réalisés (25 % de pénétration sur les 20-45 ans urbains au Luxembourg), nous avons ouvert la porte à des investisseurs et levé des fonds pour aller plus fort, plus vite, plus loin. Cela nous permet de développer nos produits et notre

technologie et de lancer le service à l'international, pour partir à la conquête de l'Europe.

### Est-ce que certaines marques vous ont sollicitée pour mettre votre talent d'illustratrice et votre sens de la formule au profit de leur communication, en dehors du site ?

« En fait, c'est exactement ça la force de notre modèle en *native advertising* : utiliser l'ADN de Supermiro, l'illustration, la touche locale et l'humour au service des annonceurs ! La mission de Supermiro est de faire bénéficier nos clients du capital sympathie généré par notre univers et notre service pour leur permettre de communiquer autrement et avec de meilleures performances. C'est notre marque de fabrique et elle doit rester liée au site.

### Vos bureaux sont situés dans un espace de co-working de Luxembourg-ville. Qu'est-ce que cela vous apporte ?

« Au tout début, l'équipe travaillait dans mon salon, qui avait pris des allures de tour de contrôle avec des écrans partout. Nous travaillions surtout les soirs et les week-ends. Après quelques mois, nous avons commencé à utiliser des espaces de *co-working*, ►

### Super glossaire

**Supermiro** : « miro » en français signifie « aveugle » ; « l'idée est de donner à nos utilisateurs de super pouvoirs et d'énormes lunettes, les 'Supermirettes', pour voir tout ce qui se passe sous leurs yeux ».

Les « **Mirettes** » sont les événements à découvrir sur Supermiro, dans huit catégories – Beauté, sport et réconfort ; Bon appétit ; C'est du sérieux ; En tout genre ; Kids ; Shopping ; Spectacle et culture ; Tchi-tchin et nuits blanches.

Les « **Inspis** » sont des idées d'activités qui, au contraire des événements, ne se périment pas : les plus belles balades en forêt, les meilleurs spots pour manger un burger, où sortir avec bébé...

Les « **superNotifs** », newsletter bi-hebdomadaire qui présente une sélection d'activités pour la semaine ou le week-end.

« Supermiro, c'est une grosse dose  
d'intelligence artificielle, une pincée  
d'illustrations faites main et plein, plein  
de bonne humeur. »





« Pour moi, il est impératif de proposer à mes collaborateurs un espace de travail convivial et épanouissant, à l'image de notre service. »

chez nyuko notamment. Maintenant que l'équipe s'est agrandie et continue de pousser, nous nous sommes mis en quête de locaux plus adaptés. Nous avons eu la chance de nous établir chez The Office dans un bureau fermé, au sein d'un espace de *co-working*. C'est le scénario idéal pour moi. Nous avons notre espace à nous, nous permettant de conserver notre confidentialité, tout en bénéficiant de l'émulation et des échanges avec les autres *co-workers*. Le Café au sein de l'espace contribue pour beaucoup à cultiver cette ambiance d'échange et de bonne humeur. Pour moi, il est impératif de proposer à mes collaborateurs un espace de travail convivial, épanouissant, à l'image de notre service. The Office est un lieu où l'on croise plein de monde, il y a beaucoup d'échange d'idées et d'opportunités, car nous partageons un même état d'esprit créatif.

### Comment se répartissent les tâches au sein de l'équipe?

« Dans une petite entreprise, les rôles sont riches et les missions variées. Christophe, le CTO (*chief technical officer*), notre 'informaticien', est responsable des développements techniques. Nous avons également des *content marketers* qui contrôlent le contenu récolté par l'algorithme et qui domptent celui-ci, pour qu'il apprenne chaque jour davantage et devienne de plus en plus pertinent. Ils s'occupent également du *community management*. Enfin, il y a bien sûr des responsables commerciaux, nos *business developers*, chargés de chouchouter nos clients. Nous recrutons actuellement des ingénieurs, avec des profils de *data scientist*, *machine learning* et développeurs mobile. Quant à mon rôle de CEO, il se répartit en trois grandes responsabilités : avoir la vision

d'avenir pour le développement de Supermiro, recruter les meilleurs talents pour y arriver et m'assurer qu'il y a de l'argent dans la caisse.

### Quels sont vos projets de développement ?

« Notre rentrée est placée sous le signe de la nouveauté : nouveau design, nouvelles plateformes, nouvelles fonctionnalités. En plus de la géolocalisation, le service personnalise désormais les résultats en fonction des goûts de l'utilisateur, de la météo et du moment de la journée pour servir du contenu sur mesure. Le site existe désormais aussi en version application mobile et l'interface est maintenant bilingue français-anglais pour satisfaire un public plus large.

Très bientôt, les organisateurs d'événements auront aussi la possibilité de souscrire un abonnement mensuel pour recevoir toutes les statistiques liées à leurs événements et aux profils et comportements des utilisateurs.

Nous entamons aussi notre développement international, en commençant par Bruxelles. C'est la première étape de notre ambition : devenir l'assistant personnel qui va inspirer la vie sociale de millions de gens! » ●

“ Nous proposons un concept unique de publicités illustrées et entièrement intégrées dans l'expérience Supermiro. ”

[www.supermiro.com](http://www.supermiro.com)