

Le réseau social FlipNpik digitalise et valorise le commerce local

Julie Van Ossel

L'application FlipNpik encourage la consommation locale en incitant ses utilisateurs à augmenter la visibilité des commerces de proximité en échange de cadeaux et bons d'achats.



Jessica Nguyen et Richard Marganne dirigent le réseau social FlipNpik en Europe. —

"Annecy avec son écosystème French Tech était pour nous l'endroit idéal pour développer notre réseau social". Jessica Nguyen, la directrice de FlipNpik est arrivée en Savoie depuis la Suisse voisine en 2018 avec Richard Marganne, le président, pour y créer FlipNpik Europe, société jumelle d'une entreprise canadienne du même nom. Grâce à une levée de fonds de 2, 5 millions d'euros, les dirigeants ont développé une plateforme web et une application mobile, qui numérisent 15 000 petits commerces français dont 183 en Auvergne Rhône-Alpes. Un réseau social "locavore" dont l'objectif est d'augmenter la visibilité des enseignes indépendantes

(boulangerie, bijouterie, épicerie ou primeur). Pour cela l'entreprise s'appuie sur un système de récompenses pour les 35 000 utilisateurs de sa communauté qui partagent leurs coups de cœur. Chaque photo ou commentaire positif peut rapporter des points, qui sont transformés en bons d'achat ou cadeaux. Le public cible : les millennials. "Les modes de consommation des 18-35 ans évoluent constamment. Ils aiment tester différents produits et privilégient le local " explique Jessica N'Guyen.

Ambassadeurs des petits commerces

La start-up compte même recruter certains d'entre eux, afin qu'ils deviennent des "ambassadeurs" régionaux de FlipNpik. Rémunérés en "gratuités" (350 euros mensuels en moyenne), ils auront la mission de poster au moins quatre photos par mois et de partager leurs bonnes adresses sur les autres réseaux sociaux. En plus de promouvoir les petites structures référencées, les ambassadeurs devront aussi mettre en avant de grandes enseignes partenaires (cinéma, voyageur, marqueté prêt-à-porter) qui pourraient fournir environ 30 % des récompenses distribuées par FlipNpik. Une stratégie "gagnant gagnant" selon Jessica Nguyen. Dès 2022, la start-up lancera son offre commerciale à

destination des petits commerces. Lesquels se verront proposer des abonnements (jusqu'à 865 euros par mois) pour avoir accès à des outils de communication clé en main, comme un site internet hébergé par FlipNpik ou la géolocalisation par exemple. La société compte huit salariés et s'appuie régulièrement sur une vingtaine de prestataires externes (informatique, communication, commercial). Grâce à ce modèle, Flipnpik espère dès l'année prochaine multiplier par dix le nombre de commerçants référencés sur son réseau et vise un chiffre d'affaires de 1, 2 millions d'euros en 2022.

MOTS-CLÉS

INNOVATION

NUMÉRIQUE

POUR SUIVRE VOTRE LECTURE ■