

« La Sofinex nous a soutenus sur le marché américain » »

L'entreprise Amoobi, installée à Nivelles, est une spin-off de l'ULB. Son CEO, Olivier Delangre, est d'ailleurs docteur en sciences appliquées de l'ULB. Amoobi a été lancée en 2011. Son core-business ? Développer et commercialiser des solutions de mesure de parcours client dans un point de vente sur base d'une technologie de capteur optique suivant la forme de chaque individu et ce sans enregistrement d'image. Elle s'adresse donc aux enseignes de distribution afin de leur offrir une compréhension du parcours de leurs clients dans l'établissement et ainsi optimiser le potentiel des ventes. « À l'heure actuelle, on peut facilement voir ce que les clients achètent, quelles marchandises sortent du magasin... mais en apprendre sur l'expérience client ou, par exemple, sur la difficulté à trouver un produit dans le magasin, c'est plus compliqué », explique Olivier Delangre. « C'est la raison pour laquelle nous avons développé une technologie pour mesurer le parcours client, tout en garantissant l'anonymat. On travaille avec des capteurs optiques en vue d'améliorer l'expérience client au sein des magasins. C'est quelque chose de très

unique, nous sommes une des rares entreprises dans le monde à le faire. C'est très pointu mais en même temps très universel. Il y a des grands magasins partout dans le monde. Très vite, dès 2012, nous avons donc choisi d'aller vers l'étranger », ajoute le CEO qui a donc fait appel à la Sofinex pour l'aider à financer cette démarche vers l'international.

LES DISTRIBUTEURS ALIMENTAIRES

« Notre marché, c'est clairement les distributeurs alimentaires. En Belgique, c'est assez limité donc nous nous sommes tournés vers deux grandes zones : l'Europe de l'ouest et du sud (notamment la France, la Grande-Bretagne et la Grèce) et l'Amérique du Nord ».

En plus du bureau en Belgique, Amoobi a donc ouvert un bureau à New York afin de poursuivre sa croissance sur le continent américain où sa technologie a déjà été installée dans sept à huit états. « Nous avons entendu parler de la Sofinex par un de nos investisseurs et nous nous sommes tournés vers elle pour nous aider sur le plan international. Pour nous, avoir une proximité avec le client, c'est essentiel. Il faut être sur place. S'établir là légalement et

tout ce qui va avec, ça a un coût important. Nous sommes clairement tournés vers l'étranger : notre chiffre d'affaires est réalisé à 70-80 % hors Belgique et la plupart de notre croissance est là. Les États-Unis représentent un marché gigantesque. On doit donc continuer à investir », poursuit le patron d'Amoobi.

PLUSIEURS COUPS DE POUCE

La Sofinex est déjà intervenue plusieurs fois pour aider la PME (qui emploie 11 personnes) : en 2015 pour un financement partiel du développement commercial à l'international de la société puis deux ans plus tard pour le financement d'un nouveau développement à l'international suite à une nouvelle technologie de suivi des clients à l'intérieur du point de vente et un business model qui avait évolué. En 2019, elle est aussi intervenue lors de l'établissement d'une filiale aux États-Unis.

Et dans le futur ? « C'est clair qu'on devra peut-être rechercher de nouvelles ressources extérieures », conclut le CEO, conscient que l'avenir de son entreprise est clairement international. ●

L.B.