

La FoodTech Malou - qui remplit les restaurants dont tout le monde parle - lève 10 millions d'euros pour son expansion aux États-Unis

Un financement pour poursuivre la R&D, le recrutement de talents et soutenir son expansion internationale.

Paris, le 20 novembre 2023 - Malou, la solution qui booste les ventes des restaurants en attirant, retenant et fidélisant leurs clients, annonce la finalisation d'un tour de table de 10 millions d'euros. Cette levée de fonds a été menée auprès d'investisseurs de premier plan, notamment les experts SaaS B2B [henQ](#), [Bleu Capital](#), Bertrand Jelensperger (fondateur de [The Fork](#)), Jim Texier (ancien CPO de [Lightspeed](#)), ainsi que plusieurs clients restaurateurs.

Mettre le digital au service de la croissance des restaurateurs

A l'heure où 9 clients sur 10 choisissent leur prochain restaurant en ligne, le constat des restaurateurs est sans appel : **une bonne cuisine, un excellent service et un décor remarquable ne suffisent plus**. Pour émerger sur internet, ils doivent désormais composer avec les algorithmes complexes des géants de la Silicon Valley, les mots-clés, les hashtags, les influenceurs...

Depuis son lancement en janvier 2021, Malou répond à ce nouveau besoin et permet aux restaurateurs de gérer eux-mêmes, facilement et très rapidement, tous les éléments clés de leur image en ligne : référencement, réseaux sociaux, e-réputation et interactions digitales. Simple comme une appli, la solution globale de Malou met le marketing digital à la portée de tous, même des indépendants sans aucune compétence dans ce domaine.

La plateforme permet **d'intégrer, au sein d'un hub centralisé**, la page Google d'un restaurant, ses profils de réseaux sociaux ainsi que les plateformes de référencement et de livraison. Malou a développé ses propres solutions d'IA et d'automatisation afin d'analyser et générer efficacement des réponses aux commentaires des clients, rédiger des posts destinés aux réseaux sociaux et garantir des informations cohérentes entre les différents canaux. Les restaurants renforcent donc leur présence en ligne, optimisent leur référencement,

accroissent leur visibilité, et maintiennent un engagement constant avec leur clientèle sur les réseaux sociaux.

Un financement soutenant l'expansion internationale et la R&D

« L'équipe de Malou a su traduire sa parfaite compréhension marketing du secteur de la restauration en **une solution 'hyper-verticalisée'** qui optimise automatiquement tous les aspects de la présence en ligne d'un établissement », explique **Mick Mackaay, Partner de henQ, le VC hollandais qui lead le tour.** « Cela permet d'accroître le nombre de visiteurs sans obliger les propriétaires à devenir des experts en marketing. L'équipe nous a également impressionnés par sa capacité à mettre cette solution entre les mains de nombreux restaurants, un secteur reconnu pour être difficile à atteindre. »

Ce financement va permettre à Malou d'accélérer sa croissance en France, d'améliorer les fonctionnalités de la solution et de s'étendre à l'international en Europe, au Moyen-Orient et aux États-Unis, en se concentrant dans un premier temps sur New York et Paris, deux villes où la cofondatrice et PDG Louiza Hacene partage son temps.

« L'acquisition clients passe désormais en ligne pour les restaurants, ils ont besoin d'y être visibles et attractifs, et pourtant ce n'est pas leur métier. On a lancé Malou pour leur redonner les rênes de leur développement et leur permettre de se concentrer sur leur métier, tout en recevant plus de clients satisfaits » explique **Louiza Hacene.** « Nous avons toujours fait preuve d'efficacité capitalistique, en construisant une entreprise rentable ou proche, l'objectif de ce financement est de se donner les moyens d'accélérer rapidement pour répondre à la traction importante du marché - notamment aux États-Unis. Ces fonds vont nous permettre de recruter 50 nouveaux talents d'ici fin 2024 et de continuer à améliorer notre solution pour appuyer notre croissance en France mais surtout aux États-Unis.

Derrière la solution, une équipe internationale et cofondateurs complémentaires

Malou est dirigée par un trio dynamique et international de co-fondateurs : Louiza Hacene, CEO, franco-algérienne diplômée d'HEC, et ses deux associés, Waad Toumi, ingénieur tunisien diplômé de CentraleSupélec (CPO) et Victor Sage,

développeur diplômé de Télécom Paris (CTO). A eux trois, ils partagent la vision entrepreneuriale, les compétences commerciales et, surtout, l'expertise technique nécessaires qui ont permis à Malou de pivoter pendant Covid, d'une agence de marketing digital pour restaurants, à celui d'éditeur d'une solution technologique innovante en modèle SaaS.

Avec plus de **2 000 restaurants** présents dans **12 pays**, Malou démontre déjà son attrait universel et son efficacité pour les restaurateurs indépendants, les grands chefs, les chaînes et les groupes de restauration de renom. Parmi ses clients les plus connus figurent Cojean, Côté Sushi, La Criée, Groupe Bertrand, Le Perchoir, Cali Sisters, Kafkaf, la Brasserie Lazare, les restaurants de Stéphane Manigold, le Prince de Galles, Bagatelle Group, [Tin Building](#) de [Jean-George Group](#) à New York, le [Bagatelle Group](#) ou [Krispy Kreme](#).

A propos de Malou

Boostée à l'IA, Malou c'est une application digitale et 50 experts, qui aident les restaurants à se développer ! Malou leur permet de renforcer l'entièreté de leurs relations clients : de la découverte, à la conversion jusqu'à la satisfaction et à la fidélisation ! Résultat : les restaurateurs gagnent du temps, de la visibilité et des clients ! ! En mettant l'accent sur la simplicité et l'efficacité, Malou vise à rendre le marketing digital plus accessible et gérable pour les restaurants, conduisant à une visibilité accrue et à l'attraction des clients.