

Mots-clés : baromètre, marketplace, start-up, e-commerce, vente en ligne, consommation,...

Baromètre Mirakl/Sorgem/IBM 'Les Français et les Marketplaces' 95% des Français ont déjà utilisé une marketplace

Paris, le 5 Février 2015

Mirakl, leader des solutions marketplace, et Sorgem Metrics, spécialiste des études quantitatives, dévoilent aujourd'hui la 1ère édition de leur baromètre sur la 'Perception des Marketplaces en France' en collaboration avec IBM. Menée auprès d'un échantillon représentatif de 1000 personnes, l'étude se concentre sur la perception et les usages des marketplaces par les internautes. Déjà bien implantées dans le paysage e-commerce (21% du volume d'affaires des 40 plus grands e-commerçants français¹), on constate que les marketplaces ont changé la façon de consommer de 6 Français sur 10.

Les marketplaces : déjà un incontournable de l'e-commerce?

Avec des ventes qui ont augmenté de **53%** en 2014², les marketplaces sont devenues une composante essentielle de la stratégie on-line des entreprises françaises. Sur une marketplace, les acheteurs sont mis en relation avec une multitude de vendeurs. Sont concernés tout aussi bien les pure-players comme PriceMinister, Rue du Commerce que les enseignes présentes en magasins comme la Fnac, Darty ou les Galeries Lafayette. Une marketplace offre aux consommateurs plus de choix et donc des prix globalement inférieurs par rapport à un site e-commerce sans marketplace.

Les marketplaces font partie intégrante du comportement d'achat Web des Français sans qu'ils soient forcément conscients du phénomène. **68%** des internautes français déclarent avoir déjà utilisé une marketplace (achat et vente confondus) alors qu'ils sont en réalité **95%**.

En effet le baromètre fait apparaître que les utilisateurs eux-mêmes peuvent ignorer qu'ils sont sur une marketplace. Si les jeunes entreprises innovantes du Web sont bien identifiées comme telles (**75%** de leurs utilisateurs savent qu'Amazon et PriceMinister sont des marketplaces), ce n'est pas le cas des enseignes historiques. Par exemple, moins de **30%** des utilisateurs de la Redoute identifient la marque comme une marketplace.

Les clés du succès des marketplaces : choix, prix et qualité de service

On pourrait craindre que pour les consommateurs la multiplication des vendeurs serait synonyme de risques accrus. C'est le cas pour un tiers des internautes qui ne font pas confiance au site si le vendeur leur est inconnu.

¹ Chiffres Fevad 2014

² Ibid.

Pourtant avec **un taux de satisfaction de 85%**, les marketplaces offrent des avantages supérieurs à la vente en ligne classique. Plus de **8 acheteurs sur 10** choisissent les marketplaces car elles facilitent leurs achats en proposant un large choix au même endroit au meilleur prix. Près de **9 consommateurs sur 10** estiment que les marketplaces offrent une bonne qualité de service.

Une croissance plus que prometteuse (+53% sur les ventes 2014 des 40 plus grands e-commerçants français³)

Le chiffre d'affaires des marketplaces en France ne cesse d'augmenter. Quelques freins demeurent mais le manque de confiance que peuvent inspirer les marketplaces chez les non acheteurs est propre au e-commerce lui-même. **70%** des non-acheteurs sur marketplace n'aiment tout simplement pas payer en ligne avec leurs cartes de crédit et **77%** trouvent difficile d'évaluer en ligne la qualité du produit.

Déjà convaincus ou complètement novices des marketplaces, près d'**un quart** des internautes pensent qu'ils augmenteront leurs achats sur les marketplaces.

Aucune tendance à la baisse n'est constatée dans les intentions d'achat. La mutation progressive du e-commerce vers les marketplaces devrait se poursuivre et toucher de plus en plus d'acteurs de l'économie française. Les marketplaces devraient peser en France **10 milliards d'euros à l'horizon 2018⁴**.

A propos de Mirakl

Créé en 2012 par deux experts du e-commerce, Philippe Corrot et Adrien Nussenbaum, **Mirakl** est le leader des **solutions marketplace**. Récompensé dès 2012 par un **E-commerce Award**, **Mirakl** met à disposition des acteurs e-commerce une **expertise technologique et une connaissance du marché unique** pour les accompagner dans toutes les étapes du **développement de leur stratégie marketplace e-commerce**.

Chiffres clés :

- Effectifs : **50** collaborateurs
- CA 2014 : > **5 millions** d'euros
- Croissance annuelle : **+200%**
- Quelques références : Galeries Lafayette, Darty, Rue du Commerce, Godsavethkids, Nature et Découvertes, Lagardère Active, The Beautyst, Kliksa, Mistergooddeal,...

Site Web: www.mirakl.fr

A propos de Sorgem Metrics

Après de nombreuses années de spécialisation dans les études qualitatives, Sorgem a créé Sorgem Metrics, avec l'arrivée en 2009 de Nicolas Hébert. La démarche quantitative proposée par Sorgem Metrics s'inscrit dans le prolongement du positionnement historique de SORGEM IMR. Sorgem Metrics intervient dans le cadre de toutes les problématiques marketing et sectorielles en France et à l'international.

Site Web: www.sorgemimr.com

Contacts Presse

Marine Guison – marine@escalconsulting.com - 01 44 94 95 66
Maja Jokic – maja@escalconsulting.com - 01 44 94 95 68 / 06 95 98 95 36

³ Chiffres Fevad

⁴ Étude Xerfi 2014