

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

## La marketplace, un accélérateur de croissance pour les PME et les médias

Paris, le 23 mars 2015

**95% des e-consommateurs français ont déjà utilisé une marketplace et 85% s'en déclarent satisfaits<sup>1</sup>. Ce plébiscite démontre que les trois apports des marketplaces (choix, prix et qualité de service) sont des critères d'achat importants pour les consommateurs français. Plus de la moitié du top e-commerce mondial a déjà lancé sa place de marché. Pourtant, ce modèle n'est-il applicable qu'aux grands ? Mirakl, leader des solutions marketplace, analyse cette transformation du paysage e-commerce qui concerne une grande diversité d'acteurs.**

### Un modèle vertueux aux dimensions multiples

Pour une enseigne, une marketplace consiste à héberger sur son site les produits de vendeurs tiers sélectionnés. Les enseignes augmentent leur offre sans effets sur les stocks et se rémunèrent par une commission sur les ventes. Pour les commerçants, les marketplaces offrent un canal de distribution supplémentaire et une visibilité accrue. En plus d'une offre plus conséquente, le consommateur bénéficie globalement de prix moins chers tout en jouissant des garanties de l'enseigne.

Ce modèle au service des trois parties a été adopté par les grandes entreprises françaises. Les pure-players comme Rue du Commerce ou Mistergooddeal ont misé sur les places de marché pour accélérer leur croissance. Les click & mortars, Darty, Galeries Lafayette ou Nature et Découvertes, ont également fait évoluer leur stratégie e-commerce en intégrant une marketplace à leur site de vente en ligne.

Au cœur de cette transformation, Mirakl a accompagné ces grands groupes dans la création de leurs marketplaces, mais pas seulement. D'autres acteurs se sont aussi tournés vers les places de marchés.

### Toute entreprise, quelle que soit sa taille, peut ouvrir une marketplace

Des PME spécialisées, par exemple Habitat et Jardin ou Menlook, utilisent une marketplace comme accélérateur de croissance en complément de la vente directe. De même, une start-up peut décider de totalement construire son activité autour de la marketplace comme l'a fait Godsavesthekids, place de marché spécialisée dans les articles pour enfants.

Qu'il s'agisse de coupler une offre propre avec celle de vendeurs tiers ou de ne se baser que sur cette dernière, la marketplace peut fournir une offre quasi exhaustive sur une spécialité. L'investissement s'avère tout à fait minime et le risque est faible. En effet, si une catégorie de produits ne trouve pas son public sur une marketplace, il n'y a aucune perte directe pour l'enseigne hébergeuse.

---

<sup>1</sup> Baromètre Mirakl/Sorgem/IBM 2014

## Une nouvelle source de rentabilité pour les médias en ligne

Au-delà des enseignes de vente classique, la marketplace peut fournir une source de revenu complémentaire pour d'autres types d'entreprises initialement éloignés du commerce.

C'est notamment le cas de médias comme The Beautyst et Doctissimo que Mirakl a suivi dans leurs projets. Ces médias proposent désormais aux internautes d'acheter les produits conseillés et discutés sur leurs sites via une marketplace (Doctipharma pour Doctissimo).

Start-up, PME, multinationale, média,... quelle que soit la nature des entreprises qui ont déjà sauté le pas, elles voient toutes dans la marketplace un modèle flexible et rentable qui s'adapte à leurs besoins.

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

Site Web: [www.mirakl.fr](http://www.mirakl.fr)

### Contacts Presse

**Marine Guison** – [marine@escalconsulting.com](mailto:marine@escalconsulting.com) - 01 44 94 95 66

**Maja Jokic** – [maja@escalconsulting.com](mailto:maja@escalconsulting.com) - 01 44 94 95 68 / 06 95 98 95 36