

La crise a montré combien ManoMano a de l'avance sur Leroy Merlin et Castorama

ManoMano, plateforme d'e-commerce de produits de bricolage, de jardinage et de maison, est l'une des entreprises gagnantes de la crise. Avec le confinement, ses ventes se sont envolées alors que ses rivaux avaient leurs magasins fermés.

Temps de lecture : minute

8 octobre 2020

Le site d'e-commerce français ManoMano n'a pas eu à se plaindre du confinement du printemps dernier décidé par le gouvernement français. L'entreprise a tout simplement fait un carton alors que ses rivaux voyaient leurs magasins fermés les premières semaines. "Nous avons multiplié nos ventes par quatre" , confie aux Échos Philippe de Chanville, cofondateur de ManoMano avec Christian Raison, sans donner de montant précis. "Notre taux de croissance était inférieur à 50% avant le confinement, il a grimpé en flèche et se stabilise aujourd'hui à plus de 50%."

Cloîtrés chez eux, et pour certains avec du temps pour avancer sur de menus travaux de décoration ou d'ameublement, les Français ont élargi naturellement leurs achats en ligne à la peinture, au robinet d'évier, à des interrupteurs ou à la litière pour chats. Finalement, la pandémie et ses conséquences ont accéléré ce que Philippe de Chanville et Christian Raison pressentent depuis années. "La crise a souligné le retard du marché du bricolage dans l'e-commerce. Les ventes en ligne ne dépassent pas les 6% quand, dans des secteurs comme le meuble ou le textile, le taux s'échelonne de 12 à 25%" , souligne Philippe de Chanville

auprès des *Échos*.

Résultat, ManoMano prévoit dépasser le milliard d'euros de volume d'affaires en 2020. Membre du Next 40, elle a clairement le statut de future tête de gondole de l'écosystème numérique français. En face d'elle, elle n'a pas réellement de concurrent européen. Le plus gros se nomme Amazon. La place de marché entend bien devenir incontournable sur le continent en étant déjà disponible en Allemagne, Grande-Bretagne, Espagne, Italie et Belgique. Elle a pour elle des références de choix avec les produits des plus grands fournisseurs — Schneider Electric, Bosch, Legrand, Fiskars, Azko Nobel... — et encore beaucoup d'argent en trésorerie, avec près de 300 millions d'euros levés en cumulé depuis sa création en 2012.

Pour réussir son pari, ManoMano — soutenue par General Atlantic, Eurazeo, Piton Capital, Bpifrance, Kismet Holdings, Partech Ventures et le fonds singapourien Temasek — n'envisage pas d'opération de croissance externe ni de partenariats avec des retailers physiques pour se développer. *"C'est la grande force de notre marché : il n'est pas encore adressé par des acteurs du retail physique"* , s'enthousiasmait Philippe de Chanville auprès de Maddyness en début d'année.

Article écrit par Thomas Giraudet