



STARTUP

ManoMano nourrit sa croissance avec une levée de 125 millions d'euros

- La place de marché tricolore spécialisée dans le bricolage jardinage totalise 311 millions levés en six ans.
- Elle a enregistré un volume d'affaires de 620 millions en 2019, et compte amplifier son développement auprès des professionnels, dans les services et en Europe.

E-COMMERCE

Guillaume Bregeras
@gbregeras

L'histoire de ManoMano va peut-être finir par créer de nouveaux réflexes. Plutôt que de prendre les géants américains et asiatiques en exemple pour démontrer la vigueur des places de marché, la pépite tricolore s'impose petit à petit comme le nouvel exemple à suivre – et encore davantage cette semaine, puisqu'elle vient de boucler un nouveau tour de financement à hauteur de 125 millions d'euros auprès de ses investisseurs historiques (General Atlantic, Eurazeo, Piton Capital, bpi-france et Kismet Holdings), mais porté par Temasek, un des fonds souverains singapouriens.

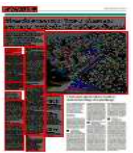
Cette opération, la cinquième depuis la naissance de ManoMano il y a six ans, porte le total de ses fonds levés à 311 millions d'euros. De ce point de vue, la pépite parisienne s'installe comme l'un des meilleurs

élèves d'une French Tech qui nourrit enfin ses futurs champions à la hauteur de leurs ambitions. Mais l'une des principales différences de cette entreprise aux 620 millions d'euros de volume d'affaires en 2019 reste son secteur d'activité.

En tant qu'e-commerçant spécialisé dans le bricolage jardinage à destination du grand public, ManoMano reste un ovni dans l'écosystème, comme l'explique Philippe Collombel, directeur associé de Partech, premier fonds à avoir soutenu l'entreprise. « Sa trajectoire est hors norme. Ses fondateurs ont notamment su s'entourer de très bons managers expérimentés pour les accompagner durant leur phase d'hypercroissance. Recruter autant de personnes aussi vite en maintenant un haut niveau d'exigence est l'une des choses les plus délicates à réaliser dans leur position. »

Grandir avec les professionnels

Si les investisseurs continuent



d'alimenter le cybermarchand, c'est que les résultats sont là : un volume d'affaires en croissance de 50 % entre 2018 et 2019, et l'ajout de 700 fournisseurs actifs (2.500 aujourd'hui). Son chiffre d'affaires, estimé par « Les Echos » entre 70 et 110 millions d'euros, et sa bonne santé financière lui permettent de se fixer des objectifs ambitieux à l'horizon 2023 (3 milliards d'euros de volume d'affaires), afin de prendre un maximum de parts de marché sur un secteur européen (ventes hors et en ligne) qui pèse 200 milliards en BtoC, 200 milliards chez les professionnels, et 600 autres milliards dans les services. « Ces marchés sont parmi les moins digitalisés, explique Philippe de Chanville, cofondateur et co-PDG de ManoMano. Pour la partie

BtoB, nous sommes à peine à 1,5 % lorsque des secteurs comparables sont à 15 %. »

La vente aux professionnels, lancée en 2019, est une activité clé pour l'entreprise. D'ici à trois ans, elle prévoit même qu'elle représentera 50 % de son volume d'affaires, tout en s'imposant face au géant Amazon qui attaque la même cible à travers son offre Business, assure Philippe de Chanville. « Les entrepreneurs et artisans de notre secteur ont besoin de conseils, y compris par téléphone. Un tiers d'entre eux ont moins de trente ans, et ils doivent être guidés dans leurs achats et parfois sur l'installation des produits qu'ils achètent », explique-t-il. 65.000 professionnels se sont enregistrés sur ManoManoPro en neuf mois, avec un achat toutes les sept semaines en moyenne. Une vingtaine de personnes répondent à leurs appels pour les assister, et une application mobile dédiée est en préparation pour les aider à piloter l'ensemble de leur activité (devis, liste de produits, facturation...).

Cibler les bricoleurs amateurs

Si la partie professionnelle est

celle qui croît le plus rapidement, les bricoleurs amateurs restent une cible stratégique. Là aussi, le conseil s'est imposé comme une brique essentielle avec des experts (« Manodvisors ») qui ont généré 1 million de conversations avec les clients en 2019, par tchat, téléphone ou vidéo.

L'objectif est désormais de dupliquer ces éléments à l'international, en Allemagne, Espagne, Italie, Belgique et au Royaume-Uni. « Nous n'avons pas l'ambition, avec cette levée, d'"ouvrir" de nouveaux pays, assure Philippe de Chanville. L'un des risques serait de nous disperser et nous devons nous concentrer sur les pros, les services et les pays où nous sommes déjà 90 % du marché européen. »

Avec ses nouveaux fonds, ManoMano va recruter 200 personnes pour atteindre 620 employés en fin d'année. La volonté des entrepreneurs est d'en profiter pour accueillir des profils avec plus d'expérience, ce qui tend certainement à rassurer les investisseurs sur une entreprise où la moyenne d'âge n'est que de 28 ans. « Durant cette levée de fonds, nous avons constaté que les investisseurs sont de plus en plus scrupuleux sur l'horizon de rentabilité et le chemin pour y arriver, ajoute Christian Raison, co-PDG. Cela n'était pas un problème pour nous, car nous le sommes déjà en France, mais, pour certains de nos collègues, cet aspect est plus difficile en ce moment. »



À NOTER

Temasek est l'un des premiers investisseurs d'Alibaba, il gère 210 milliards d'euros d'actifs avec 10 % d'investissements réalisés en Europe. En France, mis à part cette prise de participation dans ManoMano, le Fonds singapourien possède moins de 5 % de Safran.

La vente aux professionnels, lancée en 2019, est une activité clé pour ManoMano.

Les chiffres clés

620

MILLIONS D'EUROS

Le volume d'affaires enregistré en 2019 par ManoMano. Il a augmenté de 50 % par rapport à l'année précédente.

10 %

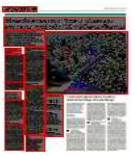
LA PART DU BTOB

L'activité réservée aux professionnels et lancée il y a neuf mois est en très forte croissance. Elle devrait compter pour la moitié du volume d'affaires en 2023.

50 %

DES REVENUS

seront issus des services en 2024, selon les fondateurs de ManoMano



Cécile Schuhmann

ManoMano veut recruter 200 personnes dans les douze prochains mois (dont 40 en Espagne et 30 à Bordeaux) pour atteindre 620 employés.