

Marketparts, la 1^{ère} marketplace mondiale B2B, devient transactionnelle

Lyon, le 7 mars 2023 - A l'occasion de son « Elite Customer Conference », qui s'est tenue à Lyon les 20 et 21 février, Marketparts a dévoilé sa nouvelle plateforme et son nouveau modèle : la 1^{ère} marketplace mondiale devient entièrement transactionnelle. Plus de 15.000 distributeurs inscrits, répartis dans 125 pays, peuvent ainsi bénéficier d'une offre de près de 26 millions de produits. Pour soutenir sa croissance, Marketparts vient de terminer une nouvelle levée de fonds et annonce la création de 2 filiales aux USA et en Inde.

Marketparts est la première marketplace BtoB entièrement dédiée aux pièces détachées automobiles, camions et 2 roues. Lancée en février 2020, elle a démarré en mettant en contact des acheteurs (distributeurs de pièces), et des vendeurs (distributeurs et équipementiers). Quelques semaines après son lancement, l'entreprise a été confrontée à la crise du Covid 19, qui s'est révélée être un facteur d'accélération de la prise de conscience des opportunités offertes par le digital dans l'aftermarket.

Forte du succès de cette première étape, Marketparts démarre une nouvelle phase de son développement avec un nouveau modèle économique : la marketplace devient entièrement transactionnelle. « Nous avons interrogé nos clients les plus représentatifs, afin de mieux comprendre leurs besoins, explique Christophe Riberolle, co-fondateur et CEO de Marketparts. Ils étaient unanimes : pour aller plus loin, nous devons passer d'un modèle d'intermédiation à un modèle de distribution, en leur offrant des services tels que la logistique ou des délais de règlement. C'est ainsi que nous avons décidé de modifier notre modèle économique ».

Marketparts a réuni une quinzaine d'équipementiers de rang 1 à Lyon, les 20 et 21 février, à l'occasion de sa première « Elite Customer Conference ». L'opportunité d'expliquer en détails à ces partenaires stratégiques l'évolution du modèle de la startup ainsi que les nouveaux services désormais proposés aux vendeurs comme aux acheteurs.

Priorité aux services

Marketparts propose maintenant à ses vendeurs distributeurs ou équipementiers d'assurer l'intégralité des transactions avec les acheteurs, qui sont tous - c'est une condition pour pouvoir accéder au service - des distributeurs de pièces détachées.

Marketparts va ainsi pouvoir proposer les offres de ses vendeurs sur les territoires qu'ils auront sélectionnés, au prix qu'ils auront déterminé. « Nous ne souhaitons pas nous substituer aux distributeurs traditionnels, qui sont par ailleurs nos clients. Nous permettons à nos vendeurs d'accéder à des territoires ou à des clients qu'ils ne vont pas forcément pouvoir traiter en direct. Peu de vendeurs se posent la question du coût d'une ouverture de compte, de la gestion de la relation commerciale, de la facturation, de l'expédition, et des formalités douanières. Marketparts est une solution unique, clé en mains, pour répondre à l'ensemble de ces problématiques de manière extrêmement compétitive ».

Afin d'assurer une qualité de service irréprochable, Marketparts a, par exemple, la capacité de se connecter directement avec le stock des vendeurs, équipementiers et distributeurs, afin de mettre en avant des offres de pièces disponibles en temps réel. Un standard sur de nombreux marchés, mais qui reste rare à l'international dans l'aftermarket.

MARKETPARTS

La sécurité des règlements est une problématique-clé pour les vendeurs. Marketparts s'est entouré de partenaires issus de la Fintech afin de proposer sur la plateforme, en temps quasi-réel, des délais de règlement à ses acheteurs. Une condition indispensable pour un développement B2B, et unique dans le commerce des pièces détachées. 80% des acheteurs actuels de Marketparts sont aujourd'hui éligibles à cette formule « Buy now, Pay later ».

Marketparts se positionne également comme un véritable média, un salon virtuel en proposant un Showroom permanent et des actions marketing ciblées au bénéfice des marques auprès d'une large audience ciblée de professionnels.

Marketparts propose par ailleurs des opérations commerciales ciblées « Exclusive deals » par famille de produits et par zone géographique, déjà mises en place par avec de nombreux équipementiers dont NTN-SNR, NRF...

Market intelligence

3 ans après son lancement, Marketparts dispose aujourd'hui d'une base de données aussi puissante qu'unique : la marketplace sait exactement à quel prix et sur quel territoire sont vendues des millions de références.

Ainsi Marketparts est un outil de veille marketing et de pricing mis à la disposition des équipementiers afin de définir le bon positionnement tarifaire, quel que soit le territoire concerné.

Expansion géographique

Par essence, Marketparts a une couverture mondiale. La marketplace s'appuie notamment sur son entrepôt lyonnais pour gérer efficacement les flux logistiques entre les entrepôts européens de ses acheteurs et de ses vendeurs.

Afin d'accélérer son déploiement mondial, Marketparts ouvre en mars et avril 2023 deux filiales, aux États-Unis (Chicago) et en Inde (Chennai). « *En B2B, il est important de rassurer les acheteurs en leur proposant un contact humain de proximité, c'est le premier objectif de ces 2 filiales* » explique Christophe Riberolle.

Nouvelle levée de fonds

Marketparts a clôturé en février 2023 la deuxième levée de fonds de son histoire. D'un montant de 3,4 millions d'euros, elle a rassemblé des partenaires institutionnels mais également des équipementiers qui croient dans le modèle Marketparts, ainsi que des acteurs de la data. « *Nous sommes ravis de compter les fondateurs du groupe Eucon, Maurice et Marcel Oosenbrugh, parmi les nouveaux investisseurs dans Marketparts* » se félicite Christophe Riberolle.

Objectif : 30.000 clients distributeurs dans le monde

Plus de 15.000 distributeurs de 125 pays sont désormais connectés à la marketplace, avec un rythme de près de 80 nouvelles ouvertures de comptes chaque jour !

MARKETPARTS

Avec des commandes pouvant atteindre plusieurs dizaines de milliers d'euros en BtoB, Marketparts se distingue nettement des marketplaces BtoBtoC qui s'adressent au particulier ou le réparateur avec un panier moyen de quelques dizaines d'euros.

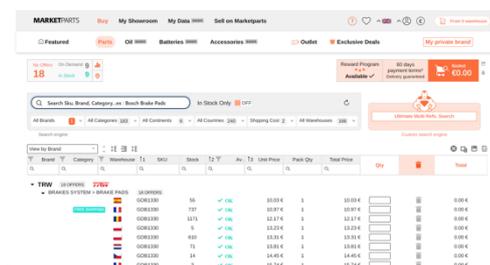
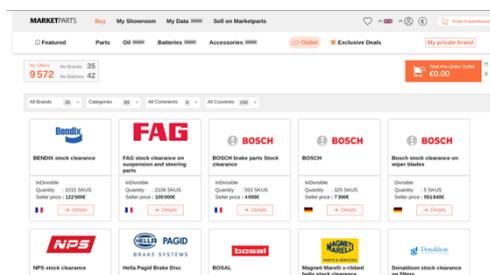
La marketplace propose aujourd'hui à ses acheteurs près de 26 millions d'offres (sur 10 millions de références), avec un objectif de 50 millions d'ici la fin de l'année.

« En termes de conquête, l'objectif est donc de compter plus de 30.000 distributeurs d'ici la fin de l'année 2023 », conclut Christophe Riberolle.

Marketparts poursuit ainsi son ambition : aller au bout de la simplification des transactions, et offrir la meilleure expérience d'achats BtoB à la fois pour les vendeurs et les acheteurs partout dans le monde.



Christophe Riberolle,
Co-fondateur et CEO de Marketparts



À propos de Marketparts

Lancée début 2020, Marketparts.com est la 1ère place de marché mondiale BtoB dédiée aux fabricants et aux distributeurs de pièces détachées auto, poids lourds, moto. Grâce à un vaste catalogue constitué de plus de 26 millions d'offres et à l'étendue de ses services, Marketparts.com fédère plus de 15.000 distributeurs partout dans le monde. Son ambition : aller au bout de la simplification des transactions, et offrir la meilleure expérience d'achats BtoB à la fois pour les vendeurs et les acheteurs partout dans le monde.

Marketparts, dont le siège est situé à Lyon (France), a créé en 2023 deux filiales à Chicago (États-Unis) et Chennai (Inde).

Plus d'information sur www.marketparts.com