



ManoMano diversifie son offre et confirme son ambition de devenir la marketplace de référence dans le quotidien des Français

ManoMano, marketplace leader du bricolage et du jardinage, franchit une nouvelle étape majeure dans son développement avec le lancement de quatre nouvelles catégories de produits. En s'installant désormais dans toutes les pièces de la maison, les utilisateurs peuvent mener leur travaux de bout en bout, de travaux d'ampleur jusqu'à l'aménagement des espaces. La marketplace, qui affiche déjà 10 millions de produits distribués par 3 000 marchands, confirme sa volonté de devenir un acteur incontournable de l'e-commerce spécialisé.

Une extension catégorielle ambitieuse au service de l'aménagement global

La plateforme enrichit son catalogue avec 64 000 nouvelles références réparties sur quatre univers stratégiques :

- Télévision, Image et Son : TV OLED, vidéo projecteur, barre de son...
- Beauté et Santé : sèche cheveux, tondeuse barbe, accessoires dentaires...
- Sport d'intérieur : tapis de yoga, vélos d'appartement, rameur...
- Arts de la table et Vaisselle : verrerie, tasses, plats...

Cette diversification s'inscrit dans la continuité de la mission historique de ManoMano : accompagner les consommateurs dans l'aménagement global de leur intérieur et dans leur quotidien, du salon à la salle de bain, en passant par la cuisine et les espaces de vie commune.

Cette extension catégorielle illustre la stratégie de diversification horizontale de ManoMano, qui mise sur une approche 360° de l'habitat pour ses 5 millions de clients actifs.

"Cette ouverture de notre catalogue répond à une évolution naturelle de nos usages clients. Nous souhaitons être présents dans tous les moments du quotidien de nos utilisateurs, en leur proposant des solutions adaptées à leurs besoins, dans chaque pièce de leur habitat", précisent **Philippe De Chanville et Christian Raison, Co-fondateurs et CEOs de ManoMano**

Une diversification alignée avec ses objectifs de croissance

Cette diversification catégorielle s'inscrit dans la stratégie globale de ManoMano qui vise 50% de volume d'affaires sur le segment professionnel à horizon 2030, tout en renforçant sa position sur le marché particulier avec cette approche lifestyle élargie.

L'entreprise s'appuie sur des fondamentaux technologiques éprouvés pour soutenir cette expansion :

- 30 algorithmes propriétaires en production quotidienne pour accompagner les consommateurs dans leurs choix d'achat
- Une infrastructure logistique optimisée avec ManoExpress et ManoFulfillment, garantissant un système de livraison agile, efficace et rapide.
- Un écosystème de services développé offrant à ses utilisateurs un parcours client simple et rapide (SuperPro, programmes de fidélité)

À propos de ManoMano :

Créé en France en 2013, ManoMano est la marketplace en ligne de référence pour le bricolage, la maison, et le jardin. Cofondé par Philippe de Chanville et Christian Raison, ManoMano, en fédérant 3 000 marchands, rassemble la plus grande offre de produits de bricolage & de jardinage en ligne, soit 10 millions de références. ManoMano opère sur 6 marchés (France, Belgique, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni).