

Castorama lance sa marketplace et affiche ses ambitions

Castorama franchit une nouvelle étape majeure en lançant sa marketplace. Son ambition ? Renforcer son offre en ligne et offrir plus de choix à ses clients, dynamiser le trafic sur son site et booster ses ventes. Ainsi, l'enseigne vise à proposer à ses clients 500 000 références de produits supplémentaires grâce à des marchands tiers rigoureusement sélectionnés.

Castorama renforce son offre de produits avec un large choix autour de l'amélioration de la maison

Dans notre secteur, un choix large est un critère essentiel pour les clients, et c'est précisément ce besoin que satisfait la marketplace lancée aujourd'hui par Castorama. Avec un objectif de **500 000 produits supplémentaires disponibles à l'achat sur sa plateforme e-commerce**. Castorama veut accroître rapidement son offre en misant sur une étroite collaboration avec son réseau de partenaires.

Castorama ambitionne de collaborer avec des **marchands tiers de confiance** pour élargir à la fois son offre sur l'ensemble des gammes de produits existantes (en démarrant avec la salle de bain, l'aménagement extérieur et le jardin) et ajouter dans un second temps de nouvelles catégories complémentaires. Une sélection rigoureuse des marchands tiers, uniquement établis en France et en Europe, sera effectuée sur la base d'une trentaine de critères. Ce niveau d'exigence élevé imposé par Castorama est la clé pour garantir la qualité de la marketplace et la satisfaction des clients de l'enseigne.

Le lancement de cette marketplace est également l'opportunité pour les marchands de renforcer leur visibilité et profiter de la notoriété d'une enseigne connue et reconnue des Français qui chaque mois enregistre **entre 10 et 15 millions de visites sur son site**. Les marchands pourront aussi accéder aux solutions de retail media proposées par la régie de Kingfisher France.

La marketplace de Castorama s'intégrera parfaitement à la stratégie omnicanale de l'enseigne, permettant notamment d'offrir un assortiment et des catégories de produits complémentaires qui enrichiront l'accompagnement proposé en magasin pour les projets d'amélioration de la maison.

« Notre marketplace est un triptyque gagnant. Nos clients bénéficient d'un niveau de choix de produits, de rapidité et de commodité exceptionnel, grâce à la combinaison de notre réseau de 95 magasins et de notre marketplace. Nos marchands partenaires profitent du trafic digital de Castorama, sachant que 80% des clients commencent leur parcours d'achat par le site e-commerce. Et enfin, côté enseigne, nous renforçons notre proposition e-commerce en dynamisant le trafic et en stimulant nos ventes », indique Romain Rouleau, Directeur marketing, digital et clients de Castorama France.

Une organisation optimale pour un développement rapide de la marketplace

Castorama s'est appuyé sur le modèle de marketplace développé par le Groupe Kingfisher et mis en place deux ans auparavant par B&Q, qui présente aujourd'hui d'excellents résultats, avec plus de 35% des ventes e-commerce de l'enseigne réalisées sur sa marketplace en octobre 2023 (résultats au 31 octobre 2023).

Pour la technologie, c'est la **société Mirakl** principale plateforme de solutions de marketplace en Saas ¹, qui a été sélectionnée pour son expertise et sa solution agile éprouvée. La marketplace sera hébergée sur le site web de Castorama et son application.

“Nous sommes ravis d'accompagner Castorama dans le lancement de sa marketplace via notre solution Mirakl Platform. En nous renouvelant sa confiance, le groupe Kingfisher confirme la pertinence et la puissance du modèle. Le succès de notre technologie au sein des autres marketplaces du groupe telles que B&Q en Angleterre, Brico Dépôt Iberia et Koçtaş en Turquie illustre parfaitement son impact positif dans l'industrie du bricolage”
déclare Adrien Nussenbaum, co-Founder et co-CEO, Mirakl.

Pour assurer le succès de sa marketplace, **Castorama nomme Séverine Geoffroy** au poste de Directrice marketplace. Forte de presque 25 ans d'expérience à des postes de direction marketing et commerciale notamment en retail omnicanal e-commerce, elle aura pour mission de déployer et développer la marketplace.

« Je suis ravie de rejoindre Castorama à un moment stratégique de l'accélération de son développement digital, marqué par le lancement de sa nouvelle marketplace. Un défi stimulant qui va permettre de consolider la présence de l'enseigne en ligne tout en offrant à ses clients une proposition riche pour leurs projets d'amélioration » **affirme Séverine Geoffroy, Directrice marketplace chez Castorama France.**



A propos de Castorama

Castorama est une enseigne du groupe Kingfisher, entreprise internationale de bricolage et d'amélioration de la maison, avec près de 11 000 collaborateurs et 95 magasins en France. Changer nous fait avancer. Notre vision du changement est au cœur de notre engagement : faire de chaque changement de la vie une opportunité de rendre la vie meilleure. Nous accompagnons les Français de manière experte et responsable dans leur vie changeante. Nous les aidons à vivre mieux et avancer vers un habitat plus sain et durable. Pour plus d'information, <https://www.castorama.fr>

¹ Saas : Software as a Service