



ManoMano : le e-commerce donne un second souffle au secteur du bricolage

Le 8 juillet 2025, à Paris - A l'occasion de la publication du rapport annuel du e-commerce en France par la FEVAD, ManoMano, marketplace de référence dédiée au bricolage et au jardinage réaffirme sa position de marque solide sur son marché. Alors que le marché du bricolage subit encore les effets de la crise du logement et de la conjoncture économique, les feux sont au vert pour le secteur du e-commerce avec une croissance désormais en volume et en valeur. Avec 1 milliards de volume d'affaires à fin 2024, ManoMano illustre cette dynamique.

ManoMano, l'entreprise Made In France aux fondations solides.

Dans un contexte économique tendu pour le secteur du bricolage, le e-commerce semble s'imposer comme une solution agile et résiliente. 13 ans après son arrivée sur le marché, ManoMano a su innover pour conserver sa position de leader et faire partie des entreprises pérennes, solides et performantes. Déjà rentable en France, l'entreprise se donne l'ambition de généraliser cette dynamique sur l'ensemble de ses 6 marchés.

Après avoir initié un vrai virage stratégique en 2019, en faveur d'une clientèle de professionnels avec le lancement de ManoMano Pro, l'enseigne a accéléré en 2024. En multipliant les innovations, ManoMano mise sur une expérience client optimisée et sans fausse note tant pour les professionnels que pour les passionnés de bricolage : un parcours client ultra personnalisé, un catalogue soigneusement sélectionné cumulant aujourd'hui l'offre la plus large du marché, avec 10 millions de références proposées, un système de livraison efficace et une politique de prix attractive, un programme d'abonnement pensé pour les pros et plus récemment un programme de fidélité optimisé.

“Nous sommes très heureux du parcours de ManoMano et toutes nos équipes. Dans un secteur et des métiers qui gagneraient encore aujourd'hui à se digitaliser, nous avons à cœur de les guider sur ce chemin. Nous sommes convaincus que le levier du digital et du e-commerce peuvent leur offrir des avantages plus compétitifs et en cohérence avec leurs réels besoins sur le terrain. C'est une grande fierté en seulement 10 ans de pouvoir être porté par plus de 5 millions de clients actifs et d'avoir 1 artisan sur 2 présent sur ManoManoPro ” affirment **Philippe De Chanville et Christian Raison, Co-fondateurs et CEOs de ManoMano**

Parmi les tendances saillantes décryptées par le rapport, une tendance à la consommation responsable qui se confirme.

Avec une capacité d'innovation agile, l'entreprise a très tôt encouragé une consommation plus responsable, également dans le secteur du BTP. D'abord en lançant le premier carbone score du secteur. Lancé en 2023, il cumule désormais 3,4 millions de produits scorés, permettant à ses clients d'opter pour des produits plus responsables et faire des choix

éclairés. La marque propose également à ses clients un e-rayon seconde vie. En 2024, ce sont plus de 60 000 produits qui ont été revalorisés en seconde vie.

Une logique de responsabilité qui se retranscrit de bout en bout, du catalogue de produits jusqu'à la logistique. Et pour atteindre ces objectifs, ManoMano sait mettre sa force d'innovation au service de la planète : grâce à ses algorithmes de pointe, ManoMano a réussi à réduire de 20% le taux de vide dans ses cartons et de 70% dans ses camions.

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).