

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Manor élargit son offre en ligne grâce à une marketplace

- **Manor lance une plateforme numérique pour une sélection de partenaires suisses et européens**
- **La clientèle bénéficiera d'une plus grande sélection de produits, d'une plus grande profondeur d'assortiment et d'une plus grande disponibilité des marchandises**
- **D'ici fin 2021, 100 partenaires sélectionnés viendront doubler la diversité des produits sur manor.ch avec des articles des catégories principales mode, ménage et beauté**

Bâle, le 25 mai 2021 Manor SA a annoncé aujourd'hui que sa boutique en ligne «Manor.ch» est désormais également ouverte aux partenaires externes. Avec la place de marché en ligne, la première chaîne de grands magasins de Suisse franchit une nouvelle étape importante vers un modèle commercial Omnichannel¹. L'ajout de nouvelles offres sera progressif, et Manor se concentrera d'abord sur ses catégories de produits les plus fortes.

« Le lancement de la marketplace est une étape importante dans notre processus de transformation numérique. L'économie de plateforme est un complément important de notre modèle commercial de l'avenir. Avec la place de marché, qui est comparable à un modèle de concession en ligne, nous permettons à la fois aux entreprises de vente au détail et aux marques établies et émergentes d'obtenir un accès plus profond ou nouveau à l'attrayant marché de détail suisse », explique **Stefan Wetzler, Chief Digital Officer chez Manor.**

Par cette mesure, l'entreprise souhaite doubler son assortiment en ligne sans constituer de stocks supplémentaires. Dans un premier temps, l'opérateur de plate-forme Manor se concentrera sur les groupes de produits les plus importants d'un point de vue stratégique. Les catégories «best in class» mode et maison & ménage seront les premières. Elles seront suivies des catégories beauté, multimédia, jouets et sport dans un second temps. L'expansion a commencé avec 12 partenaires et plus de 20 000 produits, principalement issus du secteur de la mode (p. ex. **ISA Bodywear, WE Fashion, Blacksocks, Prodis Design, Camper Shoes, KidsDream et Smartbox**). **Rohner Socks, Forever New, Hallhuber, tectake, Vida XL, SwissBag et Seidensticker**, entre autres, suivront peu après. Manor mène déjà des négociations avec 60 autres partenaires potentiels. Vers la fin de l'année, Manor prévoit d'intégrer une centaine de partenaires (marques et détaillants) et 200 000 articles à la place de marché. Cependant, la chaîne de grands magasins n'a pas l'intention d'élargir son assortiment à tout prix; elle préfère proposer à sa clientèle des produits soigneusement sélectionnés.

Les clientes et clients de Manor pourront découvrir leurs produits préférés dans la boutique en ligne, comme d'habitude. Au moment de payer, ils pourront savoir si l'expédition et l'éventuel retour des produits est pris en charge par Manor ou par l'un des partenaires privilégiés. En développant progressivement l'offre de sa place de marché, Manor entend proposer à ses clients un assortiment plus large et adapté aux saisons, avec une disponibilité maximale. Si un article n'est plus en stock chez Manor, l'entreprise partenaire pourra combler cette lacune. Cela permettra d'augmenter l'offre de produits et de réduire le risque de rupture de stock des articles les plus vendus. Manor a également l'intention de compléter progressivement d'autres fonctions Omnichannel¹. Manor propose depuis le début l'«Instore Ordering» (commande en magasin à l'aide de terminaux ou de tablettes), et le retour en magasin des produits achetés sur la place de marché sera possible dès la fin de l'année.

Le partenaire technologique de Manor pour ce projet stratégique est la société française **Miraki**, l'un des principaux éditeurs de logiciels dans le domaine des solutions pour places de marché. Elle a notamment aidé Maisons du Monde, Darty, El Corte Inglés, les Galeries Lafayette, Metro et Carrefour à mettre en place des places de marché et des boutiques en ligne.

Contact presse Manor SA:

Tél. +41 61 694 22 22

media@manor.ch

www.manor.ch

^[1] L'Omnichannel est un modèle commercial cross-canal pour détaillants qui utilise tous les canaux disponibles, tels que les magasins stationnaires, les boutiques en ligne et une combinaison de ceux-ci.