

Lengow rachète netRivals pour consolider son "intelligence" e-commerce

Lengow, la plateforme d'automatisation de l'e-commerce basée à Nantes, annonce le rachat de netRivals, l'une des solutions SaaS leader dans le domaine du pricing et de l'analyse de marché. Une acquisition qui va permettre à Lengow de façonner la prochaine génération du "digital shelf analytics".

Temps de lecture : minute

26 avril 2022

"On a voulu acquérir netRival pour aider les retailers à mieux comprendre les produits et le marché, à mieux adapter leur stratégie de mise en vente via d'autres datas et d'autres process propres à Lengow. Pour renforcer notre partie "intelligente", on s'est tourné vers le pricing, la big data et l'analyse de marché, où netRivals est leader", expose Mickaël Froger, PDG et fondateur de [Lengow](#).

Comprendre les clients finaux

Une acquisition de plusieurs dizaines de millions d'euros, qui va permettre à l'entreprise nantaise créée en 2009 (rachetée l'an dernier par le fonds d'investissement mondial Marlin Equity Partners) d'apporter une réponse claire aux tendances du marché avec un axe clé : *"Rendre encore plus intelligente la stratégie e-commerce, grâce à cette intelligence qui permet de mieux comprendre un marché et ses clients finaux, que l'on nomme le Digital Shelf Analytics"* , poursuit le fondateur de Lengow.

Pour Ivan Ramirez, PDG de netRivals, cette acquisition apporte un

bénéfice mutuel : *"En ajoutant deux solutions très compétentes et leaders sur leurs marchés, nous créons une suite extrêmement convaincante. Ensemble, nous sommes sur la voie de façonner la prochaine génération du Digital Shelf Analytics."*

Les tendances du marché ont évolué

Car les tendances du marché ont évolué. *"Depuis le covid, les marques veulent reprendre en main la distribution de leurs produits, mais comme elles passaient par des distributeurs, elles manquent de maturité en "intelligence business". Avoir des prix compétitifs ne suffit pas. Les marques et les distributeurs ont un besoin crucial d'une vue globale complète du potentiel de leurs produits sur le marché."*



À lire aussi

La startup nantaise Lengow rachetée par un fonds américain

Mickaël Froger observe aussi que nombre de marchands se livrent à une guerre des prix sur Amazon, sans que ce soit forcément utile alors qu'il y a des potentiels sur des produits et sur des marchés où il est important

pour les marques d'être présentes. *"C'est sur cette stratégie que l'on va conduire les marques et les retailers : davantage dans l'intelligence et la compréhension que dans l'exécution pure et dure"* , résume-t-il.

Développer l'international

Fort de la confiance d'un large éventail de clients au Royaume-Uni, en Allemagne, en Italie, en Espagne, en France, en Australie et dans les pays nordiques, netRivals est pour Lengow l'opportunité parfaite d'accélérer son expansion à l'international : une priorité pour la plateforme e-commerce qui, pour l'heure, réalise 43 % de son marché à l'étranger et vise les 70 %.

"C'était dans notre stratégie d'acquisition d'aller chercher des gens hors France pour renforcer encore plus notre empreinte internationale. Notre stratégie repose sur trois piliers : la croissance, l'innovation de produits et le développement à l'international" , précise Mickaël Froger, qui n'imaginait peut-être pas le succès de Lengow quand il l'a créée avec un associé en 2009, après s'être formé sur le terrain au sein d'une plateforme e-commerce, et avec pour seul diplôme en poche le baccalauréat.