

Omny lève 2 millions d'euros pour booster les ventes des marques sur les marketplaces

Fondée en juin 2022 par Cyril Bourgois (CEO), Charlotte Courtois (COO) et Clément Contamine (CTPO), Omny est une plateforme tech unique permettant aux marques ou à leurs agences de gérer de façon performante, dynamique et automatisée la vente de leurs produits sur les marketplaces en Europe.

Temps de lecture : minute

11 janvier 2023

S'appuyant sur une approche tech et data, la plateforme Omny automatise et optimise l'ensemble des étapes de la distribution des produits d'une marque sur les marketplaces : référencement, pricing, publicité et logistique : " *Omny propose également une offre de gestion clé en main pour les marques partenaires qui souhaitent lui confier la gestion de leur distribution sur ces nouveaux canaux* ", expliquent les cofondateurs.

Le groupe annonce sa première levée de fonds en Seed de 2 millions d'euros menée par Founders Future et suivie par Kima Ventures ainsi que des Business Angels expérimentés. " *La startup profitera de cette levée pour accélérer le développement de sa plateforme tech et adresser le marché européen. Elle prévoit de recruter 20 personnes d'ici 2024* ", déclarent-ils. Avec cette levée de fonds, le groupe souhaite accélérer le développement de sa plateforme tech et accompagner les marques dans la distribution de leurs produits sur les marketplaces en Europe, en renforçant ses équipes, avec un recrutement de 20 nouveaux collaborateurs d'ici juin 2024.

L'univers des marketplaces est en plein essor. " *En 2021, en France, plus d'un tiers de la population effectuait déjà ses achats en ligne via des marketplaces comme Amazon (source Mirakl 2022). Et en 2027, 59% des ventes en ligne dans le monde s'effectueront via des vendeurs tiers sur des places de marchés comme Amazon, Ebay, Walmart, CDiscount, ou encore Alibaba, avec une croissance annuelle estimée de 20% (Edge by Ascential, 2022)* ", indique la startup.

Accroître les ventes des marques via les marketplaces

Omny veut rendre la distribution des marques sur les principales marketplaces en Europe beaucoup plus simple et efficace. L'idée est d'offrir aux marques ou à leurs agences une plateforme tout en un permettant de gérer de façon performante, dynamique et automatisée la vente de leurs produits sur les marketplaces européennes (Amazon, CDiscount...). En tant qu'anciens dirigeants dans le e-commerce et la retail tech, les trois cofondateurs ont observé les difficultés rencontrées par les marques dans la gestion de ce nouveau canal de distribution extrêmement compétitif. Faute de disposer de la maîtrise technologique et digitale nécessaire à une distribution efficace sur ce canal, de nombreuses marques ne réalisent pas les performances attendues et perdent des parts de marché au profit de nouveaux concurrents.

Une plateforme "full service" pour simplifier la vie des marques

Pour résoudre ce problème, Omny propose à ses marques partenaires une plateforme tech leur permettant de piloter et d'optimiser l'ensemble des paramètres liés à la distribution de leurs produits sur les marketplaces : référencement, pricing, vente, publicité et logistique. Les marques intéressées par une offre clé en main peuvent bénéficier d'un

accompagnement, et d'une gestion de bout-en-bout de la vente de leur produits sur ces nouveaux canaux, Omny opérant alors de A à Z, en leur nom et pour leur compte, la vente de leurs produits sur ces marketplaces en s'appuyant sur sa plateforme. La solution proposée par la startup permet aux marques de bénéficier de revenus additionnels sans avoir à supporter les coûts et la complexité liés à la gestion opérationnelle de ce canal.

Proposant un modèle unique de partage de marge sans frais de mise en place, la startup se rémunère uniquement au succès et garantit ainsi un alignement des intérêts avec ses partenaires. Connectée aux plus grandes marketplaces européennes comme Amazon, Omny offre aux marques un nouveau terrain de jeu immense, sans la problématique de l'intégration opérationnelle. Grâce à sa technologie propriétaire, et selon les paramètres définis en amont avec ses marques partenaires, la startup est capable d'automatiser la gestion et l'optimisation continue de l'offre, avec notamment l'amélioration de son référencement (SEO et investissements publicitaires), la gestion de l'inventaire et de la disponibilité des produits, ou la mise en place d'un système de tarification intelligent évoluant en temps réel. S'appuyant sur son expertise data et l'IA de sa plateforme, Omny partage avec ses marques partenaires l'ensemble des données relatives à leurs performances et à celles du marché.

Une levée pour soutenir sa croissance en Europe

En seulement quelques mois d'activité, la proposition de valeur de la startup a déjà rencontré un franc succès, et Omny distribue des marques européennes leader telles que Bioderma, Bion ou Erborian. La startup a déjà atteint un volume d'affaires annuel sous gestion de 3 millions d'euros et plus de 100.000 commandes par an. Grâce à cette première

levée de fonds, les cofondateurs souhaitent en priorité accélérer le recrutement de talents, notamment pour renforcer les équipes data et tech. " *Les objectifs à court-terme concernent le développement et l'optimisation de la plateforme, et l'accélération de leurs opérations en Europe. Les marketplaces représentent une opportunité énorme pour les marques mais ces dernières n'ont pas l'expertise technologique et opérationnelle nécessaire pour en bénéficier pleinement. Omny a été créé pour répondre à ce besoin : permettre aux marques de mettre en place une distribution intelligente et efficace grâce à une plateforme d'automatisation qui exploite toutes les données disponibles pour optimiser l'ensemble des étapes du processus de vente : listing, pricing, marketing payant, logistique. Cette levée va nous permettre d'industrialiser nos outils data et tech afin de scaler nos opérations et de servir plus de marques. La demande est très forte* ", se réjouit Cyril Bourgois.

" *Aujourd'hui, les marketplaces ont pris une place prépondérante dans le paysage du e-commerce. Mais les marques traditionnelles ont parfois du mal à trouver le bon équilibre et n'ont pas forcément les bonnes compétences en interne. Nous sommes ravis d'accompagner l'équipe d'Omny dans cette nouvelle aventure pour soutenir les marques traditionnelles établies, et nous avons hâte de découvrir les prochaines étapes de leur parcours* ", ajoute le fondateur de Founders Future, Marc Menasé.