

# Fashiontech : Monnier Paris présente son spin-off pour aider les marques de luxe à franchir un nouveau cap dans leur transformation digitale

*EXCLU - Face à la complexité de la distribution multicanale, Diaa Elyaacoubi a décidé de concevoir une solution de back-office qui permet aux marques d'optimiser l'ensemble de leurs canaux de distribution avec une totale maîtrise, de la mise en ligne du produit jusqu'à son envoi. Celle-ci est révélée au grand jour aujourd'hui.*

Temps de lecture : minute

---

30 avril 2024

De prime abord, Monnier Paris est une simple plateforme en ligne de vente d'accessoires de luxe. Mais en coulisses, il s'agit d'une société qui a pleinement embrassé un destin technologique depuis que Diaa Elyaacoubi a repris l'entreprise juste avant que la pandémie de Covid-19 ne dope l'e-commerce mondial.

Aujourd'hui, la dirigeante, qui s'est lancée dans l'entrepreneuriat il y a 25 ans avec un opérateur de réseau mobile virtuel revendu à Vivendi, dévoile un projet secret mené au sein de Monnier Paris : GaiaSuite. Il s'agit d'un spin-off pour offrir aux marques de luxe une solution complète de back-office. Celle-ci a vocation à couvrir l'ensemble de la chaîne de distribution multicanale, de la mise en ligne du produit jusqu'à son envoi.

# Un back-office pour la distribution multicanale des marques

Aux yeux de Diaa Elyaacoubi, cette solution répondait à un besoin criant dans le secteur du luxe. *«C'est un secteur passionnant mais très conservateur et mal équipé. Par conséquent, il y avait quelque chose à faire pour apporter de la valeur ajoutée et devenir un vrai partenaire technologique des acteurs du luxe»*, explique-t-elle à Maddyness. Et d'ajouter : *«Monnier, c'était le cas d'école de la marque qui n'avait pas saisi l'enjeu et qui a essayé d'internaliser la technologie. Pour cela, la société a essayé de récupérer plusieurs typologies de briques technologiques, mais celles-ci n'étaient pas bien gérées. Il y avait des informations qui se perdaient d'une brique à l'autre. De plus, les équipes tech n'étaient pas stables. Bref, on devait changer le moteur en cours de vol.»*

C'est donc pour donner un nouveau souffle à Monnier Paris, site fondé par Guillaume et Jean Monnier en 2010, puis racheté par le groupe de distribution belge Louis Delhaize en 2012, que la solution GaiaSuite a vu le jour. *«Monnier, c'est notre laboratoire d'analyse et de transformation digitale. Et dans ce cadre, GaiaSuite est un outil d'accompagnement de cette transformation. En quelque sorte, nous sommes le back-office d'un Shopify par exemple»*, résume Diaa Elyaacoubi.

## «Les carrefours d'audience sont en train de se redistribuer»

Maintenant que la solution a fait ses preuves en interne, l'entrepreneuse veut désormais la mettre dans les mains de toutes les marques de luxe qui doivent accélérer leur mutation digitale pour tirer leur épingle du jeu sur les marketplaces. GaiaSuite, qui s'appuie notamment sur l'intelligence artificielle, doit en effet leur permettre de mieux gérer leur inventaire et

digitaliser leur catalogue de produits.

*«Nous arrivons à une vraie révolution de l'omnicanal. Nous voyons des canaux de plus en plus importants et différents, comme les marketplaces, le live shopping ou le métavers. Dans ce contexte, les carrefours d'audience sont en train de se redistribuer. Le pilotage des ventes et donc de la relation avec le client devient alors de plus en plus complexe»,* analyse Diaa Elyaacoubi. D'où l'intérêt d'une solution comme GaiaSuite pour relever les défis liés à cette révolution omnicanale. Et alors que la CEO de Monnier Paris s'étonne du fait que la France, *«pays leader du luxe»*, ne compte pas encore un *«acteur digital du luxe et de la fashiontech, digne de ce nom»*, elle espère bien changer la donne avec son entreprise et son spin-off tout juste dévoilé pour réussir là où Farfetch a échoué.



À lire aussi

Monnier Paris : "Devenir le leader de la tech dans le secteur du luxe"



## MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

---

Article écrit par Maxence Fabrion