

Date : 07/09/11

LetsBuyIt : Premier jour de cotation en bourse

par Eric Vendin

LetsBuyIt Group AG est le propriétaire d'une plate-forme de comparaison de prix et shopping social nommé **LetsBuyIt . com** – une marque en ligne très reconnaissable et réputée de l'époque de la bulle internet. Pour le moment, **LetsBuyIt** est présent en France, en Allemagne et au Royaume-Uni. Sur ses sites, la société compare actuellement plus de 50 millions de produits vendus par plus de 1500 e-commerçants différents. Ces chiffres augmentent quotidiennement.

Avec son système innovant et entièrement automatisé, ses outils de réseau social et sa nouvelle vision de l'achat en ligne, **LetsBuyIt** propose aux marchands ainsi qu'aux acheteurs une nouvelle génération de comparaison de prix en ligne.

Grâce à sa technologie avancée, développée durant ces 3 dernières années, **LetsBuyIt** peut enfin dépasser le système traditionnel du CPC, longtemps redouté par les petits marchands, pour mettre en place un abonnement à prix fixe, et conquérir ainsi un marché fort lucratif.

LetsBuyIt Group AG a entrepris de devenir une entreprise cotée sur le marché libre de la bourse de Francfort afin d'avoir un meilleur accès aux financements, ce qui lui permettra d'exécuter ses plans stratégiques afin de s'étendre à d'autres pays européens.

Histoire de la marque

LetsBuyIt a été créé en 1998 et est rapidement devenu le leader européen des achats groupés en ligne. Il a permis aux clients de se regrouper afin de faire baisser le prix des produits grâce à l'achat groupé.

En 2000, il est devenu le site d'achats en ligne groupés le plus connu en Europe. À son apogée, **LetsBuyIt . com** a dépensé plus de 250 millions d'euros en marketing et en publicité télévisée, ce qui a permis de rendre la mascotte de la société (une fourmi) très populaire. La société

Évaluation du site

Ce site diffuse des articles concernant l'actualité financière.

Cible
Spécialisée

Dynamisme* : 1
* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

regroupait plus de 2,5 millions de membres et environ 350 employés. Cependant, en 2001, au plus fort de la bulle internet, la société a été placée en redressement judiciaire et fait faillite.

En 2007, les actifs de la société (noms de domaine, une marque déposée dans le monde, le logo, ...) ont été achetés par le groupe avec l'objectif de relancer **LetsBuyIt . com** en tant que plateforme de comparaison de prix. L'équipe a passé les deux années suivantes à créer et développer le site internet ainsi qu'à commercialiser la marque **LetsBuyIt** en Europe avec beaucoup de succès.

LetsBuyIt . com a été relancé en 2009 dans trois pays – l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni – où il a traditionnellement connu le plus de succès.

Avantage concurrentiel

Le marché de la comparaison de prix en ligne est un marché très compétitif. La direction de LBI en a donc conclu qu'ils auraient besoin de fournir aux utilisateurs une expérience shopping plus interactive pour pouvoir dépasser leurs concurrents. Pendant les 12 mois suivant la mise en ligne des sites internet, LBI a donc développé un moteur et une plate-forme e-commerce complètement automatisés qui utilise des algorithmes et de l'intelligence artificielle afin de se distinguer de ses concurrents. L'avantage d'un tel système automatisé réside dans le fait que les prix des produits sont mis à jour dès lors qu'un changement est détecté : ceci évite une vérification quotidienne ou hebdomadaire des prix et de la catégorisation, souvent effectuée à la main par une équipe d'employés. Cette mise à jour en temps réel pourra donc fournir à l'acheteur une meilleure expérience shopping.

La société propose également un prix fixe et unique sur sa plate-forme dédiée aux petits commerçants, atout qui distingue **LetsBuyIt** de ses concurrents : les boutiques ont l'opportunité de contrôler leurs frais généraux sans mettre en place un système de suivi des ventes compliqué, tout en profitant de la visibilité d'un grand comparateur de prix en ligne.

Enfin, le groupe estime que l'attention portée à l'optimisation des données pour les moteurs de recherche (SEO), prise en charge par un partenariat avec une importante société de e-marketing, amènera progressivement plus d'acheteurs à être naturellement redirigés vers les sites **LetsBuyIt** , via Google ou d'autres grands moteurs de recherches. Les sites ont également été développés de manière à profiter de la tendance grandissante de l'interaction communautaire, où les internautes et les cyberacheteurs peuvent échanger des conseils et commenter leurs achats.

Opérations

LetsBuyIt . com est un site internet offrant des services de comparaison de prix et de shopping social en ligne. Le siège de la société est situé en France, à Paris. La société emploie actuellement 20 personnes en Europe et en Israël.

Les services de **LetsBuyIt . com** sont actuellement disponibles en France, en Allemagne et au Royaume Uni avec trois versions différentes de leur site internet.

www . letsbuyit . fr

www . letsbuyit . de

www . letsbuyit . co . uk

L'activité principale du site est gérée par **LetsBuyIt** France, qui développe et commercialise le site **LetsBuyIt** dans ses marchés. L'aspect technique du site est géré par **LetsBuyIt** France en collaboration avec son bureau israélien grâce à un partenariat avec WhiteWeb, un spécialiste du référencement (SEO) et du webmarketing.

LetsBuyIt permet à ses consommateurs d'acheter des produits au prix le plus bas possible en publiant toutes les meilleures pratiques actuelles d'achat en ligne. L'objectif de la société est de devenir le principal portail de shopping et un point de rencontre pour la communauté de e-commerce. En effet, les particularités de **LetsBuyIt** sont les outils communautaires qui donnent la possibilité aux consommateurs d'échanger leurs avis sur leurs expériences d'achats, les produits, etc.

Stratégie et raison de l'entrée en Bourse

LetsBuyIt se lance dans un grand effort marketing afin de devenir le leader des sites de comparaison de prix. Cette campagne a été lancée en coopération avec l'une des équipes de webmarketing les plus expérimentées au monde (WhiteWeb), le groupe qui a fondé 888.com (le plus important portail de jeux d'argent en ligne du monde). **LetsBuyIt** a conclu un partenariat stratégique avec WhiteWeb en décembre 2010.

LetsBuyIt est prêt à capitaliser sur le grand potentiel commercial créé par Internet. En 2009, les ventes au détail en ligne en Europe occidentale ont atteint 68 milliards d'euros et on prévoit une augmentation jusqu'à 114 milliards d'euros d'ici 2014 (Taux actuariel 2009-2014 +11%).

La stratégie de **LetsBuyIt** est d'obtenir des revenus de trois sources différentes :

Affiliation : L'une des principales sources de revenus de **LetsBuyIt** provient de sa relation d'affiliation avec les milliers de commerçants désireux de vendre leurs produits en ligne. Les commerçants fournissent leurs catalogues de produits à **LetsBuyIt**, qui les rassemble tous afin que les clients puissent bénéficier d'un plus large choix de produits au même moment. Dès qu'un client trouve le produit qu'il souhaite, le site **LetsBuyIt** lui fournit une liste des commerçants qui le vendent. Si le client achète le produit, **LetsBuyIt** reçoit alors une commission sur l'achat.

Espace Marchands Directs (EMD) : Unique à **LetsBuyIt**, la société cible les petits commerçants qui, d'ordinaire, n'aurait pas de succès sur les grands sites de comparaison de prix, en leur offrant la possibilité de publier leur catalogue sur le site pour un tarif forfaitaire, quel que soit le nombre de ventes ou de clics qu'ils reçoivent. **LetsBuyIt** donne de la visibilité aux commerçants et génère du trafic vers leurs sites.

Publicités ciblées : **LetsBuyIt** affiche des bannières sur son site, où les éditeurs peuvent faire de la publicité.

LetsBuyIt travaille en étroite collaboration avec les principales plateformes d'affiliation en ligne, dont environ 15 en Europe gèrent les catalogues de produits pour tous les principaux détaillants en ligne du monde. Le groupe télécharge constamment les catalogues des affiliés et répertorie automatiquement les produits pour leurs propres sites, qui sont alors montrés aux clients accompagnés des offres et des prix correspondants. Unique sur le marché, il s'agit d'un processus entièrement automatisé fonctionnant 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.

Données financières

Le capital investi dans la société au 31 mai 2011 s'élève à 18 110 995€. De ce montant, 9 352 714€ correspondent à des investissements effectués par la société au cours de ces trois dernières années afin de promouvoir la marque **LetsBuyIt**, et développer l'architecture technique très avancée du site qui lui permet désormais de poursuivre rapidement son développement, de consolider et de bâtir un avantage concurrentiel important, assuré par cet investissement et ce développement.

Le business plan de la société prévoit une croissance rapide et significative au cours des quatre prochaines années avec un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros en 2015 ainsi qu'une marge opérationnelle approximative de 11 millions d'euros : cela représente une croissance moyenne annuelle de 35% jusqu'en 2015. Durant cette période, la société prévoit d'investir 11 millions d'euros supplémentaires pour d'autres développements techniques, l'ouverture de nouveaux sites ainsi que l'expansion vers les marchés russe et polonais, afin d'atteindre, au cours de l'année 2013, un niveau de rentabilité durable.

La technologie unique que l'entreprise a su développer au cours de ces dernières années assure à **LetsBuyIt** un positionnement sans égal qui lui permettra d'obtenir rapidement des parts de marchés significatives dans chacun des marchés où l'entreprise est présente. Cette opportunité permettra à **LetsBuyIt** d'assurer rapidement un niveau de rentabilité durable, puis d'enregistrer pour les années à venir, des bénéfices croissants.