

24 février 2017

HIGH-TECH & MEDIAS

Leboncoin se lance sur le marché du neuf

INTERNET

Le site de petites annonces ouvre un comparateur de prix sur les produits neufs.

Alexandre Counis
@alexandreounis

Après une année 2016 consacrée au virage sur le mobile, qui représente désormais les deux tiers de son audience, Leboncoin fait feu de tout bois pour se diversifier et compléter sa palette de services. Le site de petites annonces lance en parallèle le Dénicheur, un comparateur de prix qui lui permet de prendre pied sur le marché du neuf.

« A horizon 2020, nous nous sommes fixé comme objectif de toucher tous les Français sur l'année, a indiqué jeudi Antoine Jouteau, le directeur général. Le site Leboncoin va lui-même faire une grande partie du chemin. Mais l'idée est d'élargir les services pour atteindre cet objectif. »

Sur le marché de l'occasion, le groupe a lancé en juillet Swipsi, une application permettant aux femmes de chiner des accessoires de mode. Il ouvrira la semaine prochaine Leboncoinpro.fr, un portail d'information pour aider les professionnels, qui représentent aujourd'hui 10 % de ses contenus, à utiliser ses services.

Autre piste de développement que teste la filiale française de Schibsted, le « transactionnel », autrement dit la possibilité pour les utilisateurs, un jour, de conclure la transaction en

ligne. « Aujourd'hui, 80 % des transactions sont conclues en face à face, explique Antoine Jouteau. La question se pose de ce que nous pouvons proposer pour les transactions à distance. » Elle se posera en particulier sur l'immobilier, l'automobile et les biens de consommation, univers de prédilection du site (avec l'emploi), ainsi que sur la location de vacances, où il souhaite se renforcer. Un premier pas va consister à lancer, en juillet, une messagerie qui permettra à l'acheteur et au vendeur de « chatter ». Trois millions de messages par jour sont attendus par Leboncoin, fréquenté par 26 millions de visiteurs uniques par mois (soit 800.000 annonces déposées chaque jour, dont environ 10 % sont refusées par le site pour non-conformité). « La mise à disposition d'un moyen de paiement pourrait être la prochaine étape, a annoncé Antoine Jouteau. Mais on ne forcera jamais les internautes à l'utiliser. On ne touchera pas à la sacro-sainte gratuité du service pour les particuliers. » Autre signe qui ne trompe pas : l'accélérateur de start-up, créé pour accueillir dans ses locaux des jeunes pousses proches de son univers, a commencé par retenir Paycar, qui fournit des solutions de paiement sécurisé pour la vente de voitures d'occasion entre particuliers.

160 embauches prévues

Leboncoin, qui a dégagé 214 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016 (+23 %), tout en maintenant son Ebitda à 60 %, est le quatrième site le plus consulté en France derrière Google, Facebook et YouTube. Il devrait embaucher cette année 160 collaborateurs, pour porter ses effectifs autour de 700 personnes fin 2017. « Nous avons l'ambition de réaliser des acquisitions, grosses ou petites, notamment sur l'immobilier et l'emploi », a prévenu Antoine Jouteau. Le site a acquis en octobre dernier MB Diffusion, leader de la petite annonce de matériel d'occasion pour le BTP et le secteur agricole. ■

Les chiffres clés

65,5 %

D'AUDIENCE MOBILE

Pour le directeur général Antoine Jouteau, ce poids « ira au-delà de 70 % ».

15 %

DES ENTREPRISES

C'est la part des entreprises qui utilisent Leboncoin pour recruter, faire de la publicité ou vendre leurs produits.