



PLACES DE MARCHÉ

Les trophées remis par l'AEPDM saluent la maturité des places de marché... du moins celles qui survivent. Quand le « modèle start-up » est mis au rancart...

La maturité récompensée

PAR BERTRAND LEMAIRE

« **L**es places de marché existent, fonctionnent et peuvent être rentables », martèle Philippe Nieuwbourg, président de l'AEPDM, l'Association européenne des places de marché. Pour le prouver, l'association a remis quatre trophées, les « B2B Awards », le 7 novembre à l'occasion du salon « e-Commerce B2B ». Ces prix récompensent des places de marché ayant démontré la maturité de leur modèle ainsi que leur capacité à être rentables et à atteindre un bon niveau de service. Deux d'entre elles étaient « verticales » (sur un secteur économique), les deux autres « horizontales » (sur un type de biens ou de services). Pour chaque type, un trophée a été remis à la place de

marché la plus performante au regard des douze critères pondérés de jugement (permettant de définir une note sur 100) et un « Prix spécial » à la plus prometteuse des « petites jeunes ». Plus de mille places de marché avaient été sollicitées pour ce concours. Une vingtaine de dossiers ont été reçus, tous de France à une exception allemande près. Douze ont été sélectionnés pour la phase finale de la compétition.

« Les places de marché qui réussissent sont celles qui ne suivent pas ou plus le modèle start-up », déclare Philippe Nieuwbourg. Comme dans toute entreprise, il ne s'agit pas de consommer le capital mais de veiller à l'équilibre financier dépenses/recettes avant de faire des bénéfices. En particulier, la masse salariale doit être surveillée. Philippe Nieuwbourg précise : « Les places de marché

ayant fait faillite (Etexx, B2Build...) avaient trop de personnel (parfois des dizaines de salariés) et peu de transactions. » A l'inverse, Hitechpros n'a qu'une quinzaine de salariés, et seulement deux actionnaires-fondateurs ayant engagé leurs propres fonds. Pour survivre, les trois grandes places de marché horizontales se sont toutes adossées à des banques, que ce soit Answor (BNP, Société générale, Crédit agricole), Seliance (Crédit Lyonnais) ou Avisium (Banques populaires).

La survie semble également liée au choix d'un financement alliant l'abonnement (ou l'adhésion) et la commission sur les transactions hébergées. ■



<http://www.aepdm.org>

LES LAURÉATS DE B2B AWARDS

Prix	Lauréat	URL	Transactions réalisées	Nombre de clients	Rentabilité prévue	Principaux clients
Places de marché horizontales						
Trophée	Achatpro	www.achatpro.com	50 millions d'euros en 2001	47	2002	Airbus, Norauto, Hachette
Prix spécial	Business Village	www.business-village.fr	200 000 € en 6 mois	1 047	2003	Confidentiel (*)
Places de marché verticales						
Trophée	Hitechpros	www.hitechpros.com	57 millions d'euros par mois	980	Atteinte en 2000	Accor, PSA, Renault
Prix spécial	Eu-supply	www.eu-supply.com	Confidentiel (*)	Confidentiel (*)	2002	Confidentiel (*)

(*) L'AEPDM a eu accès à ces données mais le jury s'est engagé à les maintenir confidentielles.