



22 nationalités, 5 langues parlées dans l'open space de VirtualExpo

Repères

- Effectif : 195 salariés
- CA 2018 : 21 M€, dont 90% réalisés à l'international (50 pays)
- Nombre de produits référencés : 1,2 million
- Nombre de fabricants référencés : 40 000 dans le monde entier

VirtualExpo

BIENTÔT « MARKETPLACE » B2B DES SALONS PROFESSIONNELLS EN LIGNE

Fondée à Marseille en 1998, cette grosse PME, leader international des salons professionnels virtuels, est en train de changer de modèle économique. D'ici juillet prochain, elle deviendra une « marketplace » B to B sur son secteur.

Qu'attendent nos 105 millions de visiteurs uniques/an ? La sélection des meilleurs fournisseurs pour choisir leurs produits, des avis vérifiés mais aussi des prix et la possibilité d'achat immédiat. Actuellement, nous proposons les produits via un grand nombre de photos, vidéos, fiches techniques, catalogues. Nous mettons en relation clients et fournisseurs (ces derniers souscrivent à un abonnement). A partir de juillet, en consultation immédiate figureront aussi prix indicatifs et grille tarifaire, le devis sera déposé en ligne, validé par la signature électronique du client qui pourra payer par carte bancaire ou virement », explique Vincent Gérard. En fait, c'est un véritable changement de modèle économique qu'annonce le directeur général de VirtualExpo. Leader mondial en matière de salons virtuels à thèmes, «Direct Industry, Nautic Expo, Archi Expo, Vir-

tual Store, Aero Expo, Agri Expo», l'entreprise veut désormais occuper la même position... En mode «marketplace» B2B. Avec, à ce jour, déjà 650 000 demandes de devis/an, son ambition est donc de réaliser le plus de transactions possibles entre professionnels. « La plateforme chinoise Alibaba a montré qu'il existe un potentiel incroyable dans le B2B. Le panier moyen chez nous est de 5 000 € contre 50 € chez Amazon. C'est vraiment le moment d'y aller », poursuit-il, en précisant que d'ici fin 2020 « un outil de suivi des livraisons sera mis en service ».

La préoccupation du bien-être au travail

Discrètement installée depuis 2012 tout près de l'Estaque dans un bâtiment (2 000 m²) noyé sous la verdure, VirtualExpo se veut une entreprise « sérieuse qui ne se prend pas au sérieux ». Fondée par Coren-

tin Thiercelin (initiateur depuis du concept Pop Up House), lequel en a confié la direction à son copain rencontré sur les bancs des Arts et Métiers d'Aix-en-Provence, la PME aussi agile qu'innovante affiche de solides valeurs. « La diversité avec 22 nationalités représentées et cinq langues parlées, le respect de toutes les tendances, les 35 h avec horaires flexibles et possibilité de télétravail, la pyramide de management inversée, la volonté de créer implication et fierté d'appartenance pour tous les collaborateurs », insiste Vincent Gérard. Résultat, au palmarès 2017 «Great place To Work France», sur 250 sociétés candidates dans la catégorie 50 à 500 salariés, VirtualExpo s'est classée 7^e. « Nous donnons du sens au travail en expliquant toujours le pourquoi aux collaborateurs. On s'est servi des faiblesses qui ressortaient du rapport du palmarès pour favoriser les bonnes pratiques. Par exemple, on a mis en place des



Vincent Gérard

PHOTO VIRTUAL EXPO

boîtes à idées, celles-ci émanent des salariés, puis sont soumises au vote». Engagée en RSE, l'entreprise soutient chaque année une association humanitaire ou caritative en se mobilisant pendant un mois par différentes actions pour récolter une somme qu'elle lui reverse. Salle de fitness, espace-détente de sieste, frais de transports en commun en partie remboursés... Les trente futurs recrutés de 2020 pour lancer la «Marketplace» devraient certainement être sensibles à cette attention portée au bien-être au travail.

PME D'ICI