

## **ManoMano accélère sa transformation en faisant de sa marque un repère puissant et fédérateur pour tous les passionnés, les experts & les amoureux du bricolage**

- Nouvelle identité de marque
- L'expérience client en ligne de mire
- 250 millions d'euros de CA en 2017
- 1 milliard d'euros de CA comme objectif pour les prochaines années, de start-up à future licorne française
- Près de 300 employés de 13 nationalités pour une moyenne d'âge de 29 ans
- Levée de fond de 60 millions d'euros en décembre 2017

ManoMano, spécialiste du bricolage et du jardinage online, se met à la hauteur de ses exigences et affiche une nouvelle identité en phase avec son statut de leader !

### **Une nouvelle identité pour marquer son positionnement de leader**

ManoMano regroupe désormais ses 1300 marchands et ses 2,9 millions de produits référencés sous une nouvelle identité aux codes graphiques plus impactants. Reflets de l'état d'esprit de ManoMano et de sa personnalité joueuse, optimiste, décalée et décomplexée, le nouveau graphisme s'articule autour de mouvement (écrou penché, le dégradé), et accentuation décalée (le vert fluo, les M qui accrochent). Travaillé par l'agence Seenk, cette nouvelle identité traduit à la fois la force de ManoMano sur le marché du bricolage et du jardinage, et son positionnement de pure player.

### **Une nouvelle identité pour de nouvelles ambitions**

*ManoMano, l'Amazon du bricolage, marque sa différence et affirme sa dimension de pure player*

Cette étape majeure vient appuyer le plan stratégique de ManoMano, qui vise notamment à aller plus loin que juste être une place de marché et vendre des perceuses au juste prix ! Cette nouvelle identité marque ainsi l'accélération de ManoMano, qui pour atteindre ses objectifs ambitieux, concentre désormais sa stratégie sur la perfection de l'expérience client.



Dans cette démarche, ManoMano innove et se réinvente sans cesse. Il met à disposition de ses utilisateurs une nouvelle génération de conseillers avant-vente, les 'ManoMano' pour une expérience simplifiée et complète qui vise à remettre l'humain dans l'expérience client. Ces bricoleurs certifiés et soigneusement sélectionnés, sont disponibles et disposés à accompagner et guider les plus néophytes dans leurs achats. ManoMano propose également de nouvelles prestations de service pour la pose et l'installation grâce aux 'Supermanos', bricoleurs compétents à même d'aider les plus novices. Un système de notation des vendeurs est également mis en place et vise à améliorer la qualité de l'expérience client. La logistique, ainsi que le service client sont également repensés.

Dans l'optique de toujours se distinguer et de pousser l'aspect communautaire cher à la marque, ManoMano s'était déjà illustré en mai avec la sortie de The Amazing Making Of, un grand concours européen de bricolage visant à récompenser les projets les plus fous par un soutien financier de 5000€. La production d'une série diffusée sur YouTube mettra en lumière leurs créations et le 1er épisode sera diffusé à la fin du mois de septembre.

#### **À propos de ManoMano**

Lancée en 2012, ManoMano.fr est la place de marché française leader dans le bricolage et le jardinage en ligne. Cofondée par Christian Raison et Philippe de Chanville, ManoMano.fr rassemble la plus grande offre de produits de bricolage en ligne : électricité, plomberie, quincaillerie, huisserie, mobilier intérieur et extérieur, outillage, etc. Avec le plus grand nombre de références en ligne aux meilleurs prix et un conseil de qualité, ManoMano.fr rassemble aujourd'hui plus de 255 personnes qui opèrent sur 6 marchés (France, Belgique, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni) Pour plus d'informations : <http://www.manomano.fr>



#### **Contacts presse :**

Anne-Gaëlle Di Natale et Angélique De Barros  
[anne-gaelle@oxygen-rp.com](mailto:anne-gaelle@oxygen-rp.com) – 01 41 11 23 97