

Communiqué de presse - Information réglementée et privilegiée



le 12 décembre 2017

Embargo le 12 décembre 2017 jusqu' à 18h

Storesquare, la plate-forme d'e-commerce belge conçue pour et par le commerçant local, connaît une croissance vigoureuse et accueille ING Belgique dans son actionnariat, aux côtés d'Unizo, KBC & Roularta Media Group, ses actionnaires existants.

Storesquare

Avec l'entrée d'ING Belgique dans le capital de Storesquare (65% Roularta), la plate-forme d'e-commerce belge est valorisée à 15,6 millions d'euros. Sa croissance s'en trouvera encore accélérée. En outre, la plate-forme sera lancée dans les prochains mois aux Pays-Bas, le marché domestique d'ING.

*« En entrant dans le capital de Storesquare, ING Belgique mise sur l'extension de l'offre numérique, à l'intention des commerçants belges locaux en l'occurrence », précise **Frank Stockx**, COO d'ING Belgique. « La volonté d'aider les autres à garder toujours une longueur d'avance est inscrite dans l'ADN d'ING. De cette façon, nous pouvons mettre notre objectif en pratique et aider les commerçants à renforcer leurs activités en ligne également. Nous sommes convaincus que l'approche de Storesquare s'inscrit dans le prolongement de l'approche extrêmement facile et extrêmement personnelle d'ING. Aussi nous nous réjouissons de pouvoir soutenir la plate-forme, aux côtés des autres preneurs d'initiatives de Storesquare, en tant qu'alternative pour l'e-commerce sur le marché belge. »*

*« En deux ans à peine, Storesquare a conquis sa place dans le paysage de l'e-commerce en Belgique », constate **Xavier Bouckaert**, CEO Roularta Media Group. « Storesquare est devenue une véritable plate-forme de commerce électronique avec 600 000 visiteurs mensuels et plus de 245 000 produits uniques. En dépit de cette croissance vigoureuse, Storesquare demeure fidèle à ses valeurs : être une plate-forme par et pour les commerçants locaux qui réservent un accueil chaleureux aux consommateurs, avec des produits locaux et originaux qui ne se trouvent nulle part ailleurs. Notre saine ambition consiste à devenir en 2018 le plus grand webshop en Belgique. Nous sommes particulièrement heureux qu'ING souhaite s'associer à cette belle histoire aux côtés de KBC et d'Unizo. »*

« KBC a participé au lancement de Storesquare début 2016 », rappelle **Erik Luts**, CIO de KBC. « Il est très important à nos yeux de soutenir les commerçants locaux et l'économie belge. Nous croyons très fort à la puissance d'une offre combinée physique et numérique, à des solutions qui facilitent la vie du client. Le fait de nous associer pour cela à d'autres parties est également propre à la façon de travailler de KBC. L'élargissement récent du capital de l'actionnariat souligne la volonté de développer une alternative belge valable aux nombreux sites de commerce électronique étrangers. »

Storesquare se développe :

Les dix premiers mois de 2017 ont déjà généré un chiffre d'affaires 13 fois supérieur à celui de la même période en 2016 et ce, grâce aux 600 000 acheteurs en ligne mensuels chez Storesquare. Depuis le lancement de Storesquare début 2016, un millier de commerçants totalisant plus de 245 000 produits uniques se sont affiliés à la plate-forme. En décembre, Storesquare s'attend à accueillir 1 million d'acheteurs en ligne mensuels.

Storesquare innove et élargit sa gamme :

Storesquare lance au printemps 2018 une solution pour la pharmacie en Flandre et met des milliers de produits parapharmaceutiques à la disposition de millions de consommateurs. Cette solution permettra d'affilier des centaines de pharmacies à un réseau fort. La parapharmacie est un premier pas logique et simple. Mais à un stade ultérieur, il est prévu d'offrir une solution pour la vente de médicaments sur ordonnance. Pour cette initiative, Storesquare s'associe à de vraies pharmacies physiques qui assurent la qualité et le service.

Storesquare soutient :

Storesquare agit à la fois comme plate-forme marketing et comme canal de vente pour le commerçant local. Les ventes des produits du commerçant local sont également soutenues via de nombreuses actions de marketing et promotionnelles. Par ailleurs, Storesquare apprend aux commerçants, via des workshops, comment mettre en place un magasin en ligne et détecter de nouvelles occasions numériques.

Storesquare a la confiance :

Les commerçants locaux font confiance à la plate-forme d'e-commerce Storesquare en raison de son approche omnicanal. Le commerçant considère Storesquare comme le prolongement de son magasin physique. La plate-forme part des points forts du commerçant local : le service, la qualité et l'assortiment unique qu'il offre. Storesquare n'a pas de stock propre et n'entre dès lors pas en concurrence avec le commerçant local. Au contraire : la plate-forme met le magasin en évidence.

Storesquare donne un visage à l'e-commerce :

Storesquare donne un visage au commerce électronique, à savoir aux 1 000 commerçants affiliés qui proposent plus de 245 000 produits uniques dans de nombreuses catégories, comme les vêtements et les chaussures, les articles pour bébés et enfants, l'habitat et la cuisine, l'informatique et l'électronique... Le commerçant et son assortiment, lequel est souvent unique sur le marché en ligne, occupent une place centrale, Storesquare se contenant d'un rôle de soutien actif. Ainsi, Storesquare est en bonne voie pour devenir une plate-forme d'e-commerce durable proposant authenticité, confiance, service et une offre de produits unique à des consommateurs éclairés.

Contact

Xavier Bouckaert
CEO Roularta Media Group

Tél +32 51 26 63 23
E-mail xavier.bouckaert@roularta.be

Jeroen Mouton
CFO Roularta Media Group

Tél +32 51 26 68 92
E-mail jeroen.mouton@roularta.be

Roularta Media Group Suivez-nous sur

