

# SALSIFY + ALKEMICS

## Salsify et Alkemics unissent leurs forces pour déployer la plateforme globale qui révolutionne l'expérience du commerce

Combinées, les deux solutions offriront une collaboration inégalée et une fluidification des échanges d'informations entre fournisseurs et distributeurs à chaque étape de leur relation commerciale, permettant au consommateur une expérience produit sans précédent – quel que soit le canal. Ce rapprochement entre les sociétés américaine et européenne crée un « géant » de la donnée produit dans un monde où la transparence n'est plus une option.

Paris, le 18 mai - Alkemics, la solution de gestion de "l'expérience fournisseur" adoptée par l'ensemble des distributeurs GSA français et plusieurs grandes enseignes britanniques, annonce son rachat par l'entreprise américaine Salsify, la plateforme de gestion de "l'expérience produit" dont l'expertise est mondialement reconnue par les marques. Cette opération donne naissance à **la première plateforme intégrée et adaptative de collaboration entre fournisseurs et distributeurs.**

### Répondre aux nouveaux enjeux du commerce

Objectif : s'adapter toujours plus rapidement au consommateur qui dicte les nouvelles règles du commerce : où, quand, quoi et comment acheter. Ces exigences nécessitent une adaptation permanente des distributeurs pour améliorer les assortiments (produits locaux, bio, durables...), apporter plus de transparence sur les produits et offrir une expérience d'achat fluide et simple sur tous les canaux de vente. La preuve de ce nouveau paradigme : plus d'un Français sur deux a déjà renoncé à un achat à cause d'un manque d'information sur un produit alimentaire (*étude OpinionWay pour Alkemics*).

Si le consommateur est désormais parfaitement omnicanal, force est de constater que les outils, les organisations et les processus conçus et mis en place avant l'essor des ventes en ligne ne favorisent pas une collaboration continue entre distributeurs et fournisseurs et ne répondent pas efficacement à ces nouveaux enjeux. C'est sur cette ambition commune que Salsify et Alkemics se rejoignent depuis leur création.

*"Alkemics a répondu avec intelligence aux problématiques des distributeurs en leur dédiant une solution collaborative, à l'image de ce que Salsify a réalisé avec les industriels", déclare **Jason Purcell, CEO de Salsify.** "Nous sommes deux sociétés innovantes, centrées sur le produit et bâties sur la donnée, leaders sur nos marchés respectifs : l'expérience produit et l'expertise e-commerce pour Salsify, la digitalisation des processus des acteurs brick and mortar pour Alkemics. Nos deux technologies se réunissent au sein d'une unique plateforme de "Commerce Experience Management" pour délivrer la meilleure expérience aux consommateurs."*

## Une plateforme unique, trois piliers

Concrètement, cette plateforme professionnelle unique sur le marché repose sur trois piliers :

- Gestion de l'expérience produit (ProductXM), opérée historiquement par Salsify, et permettant aux marques et aux distributeurs de créer et d'optimiser la meilleure expérience d'achat en ligne quel que soit le point de contact ;
- Gestion de l'expérience fournisseur (SupplierXM), conçue par Alkemics et offrant aux distributeurs une collaboration fluidifiée avec leurs fournisseurs à chaque étape de leur relation commerciale ;
- Réseau de collaboration ouvert (CommerceXM Network) à travers lequel marques et distributeurs communiquent et partagent librement des données et contenus afin d'accélérer la mise sur le marché des produits et maximiser leurs ventes tant à l'échelle globale que locale.

Grâce à l'acquisition d'Alkemics, Salsify promet désormais à ses clients une gestion centralisée de l'expérience produit, doublée d'une syndication des données et d'une collaboration renforcée dans les différents processus métier et interactions avec leurs distributeurs, tout en améliorant leurs capacités d'analyse.

*"Nos deux technologies ont été conçues pour maximiser la collaboration et l'interopérabilité. Nous sommes partenaires de Salsify depuis plusieurs années pour faciliter le partage des contenus des industriels vers les distributeurs européens", précise **Antoine Durieux, co-fondateur et CEO d'Alkemics.** "Ce rapprochement nous permet d'accompagner encore mieux nos clients dans leur digitalisation et de leur donner la capacité de s'adapter en permanence aux nouvelles tendances du commerce, et de les anticiper."*

Avec cette opération, Salsify devient la première plateforme technologique globale de gestion du commerce facilitant les relations entre industriels et distributeurs du monde entier, soutenue par les équipes R&D et produits les plus performantes.

Le portefeuille client de la nouvelle entité couvre un écosystème mondial de grandes marques (Mars, L'Oréal, Coca-Cola, Bosch et GSK...) et de distributeurs (E.Leclerc, Carrefour, Intermarché, et Metro).

La société issue de la fusion dépassera les **100 millions de dollars de chiffre d'affaires d'ici mi 2021**, et comptera environ **600 employés**, avec des bureaux à **Paris, Boston et Lisbonne**. Antoine Durieux et l'équipe dirigeante d'Alkemics géreront les opérations en France et en Europe.

### À propos d'Alkemics :

Alkemics est la plateforme de gestion de l'expérience fournisseur qui permet aux distributeurs de collaborer avec les industriels à chaque étape de leur relation commerciale pour mieux servir le consommateur. Les plus grands distributeurs européens l'utilisent pour découvrir, référencer ou lancer les produits de **plus de 20.000 marques**. Les marques, quant à elles, l'utilisent pour gagner en visibilité auprès de leurs distributeurs, et en transparence vis-à-vis de leurs consommateurs grâce au partage de leur catalogue produits sur tous les canaux.

Forte de 130 employés, la société offre de nombreuses opportunités de recrutement en France et en Europe. Aujourd'hui, elle ouvre sa plateforme au-delà de l'alimentaire à tous types de modes de distribution spécialisés comme le bricolage, la beauté, la santé, le jouet ou l'ameublement.

En savoir plus : <https://www.alkemics.com>

### À propos de Salsify :

salsify aide les fournisseurs et distributeurs à collaborer dans plus de 80 pays. Sa plateforme de "Commerce Experience Management" (CommerceXM) permet d'accélérer la mise sur le marché des produits, faciliter la collaboration entre les équipes et les organisations, et fournir les informations nécessaires pour optimiser de façon continue les pages produit sur l'ensemble des canaux de vente. Elle offre ainsi des expériences de commerce centrées sur le client, impactantes et "sans couture". Et les bénéfices d'une expérience de commerce réussie sont considérables : confiance envers les marques renforcée, meilleure différenciation des produits et des assortiments, augmentation du taux de conversion, amélioration des marges...

Les plus grandes marques mondiales, dont Mars, L'Oréal, Coca-Cola, Bosch et GSK, ainsi que des distributeurs comme E.Leclerc, Carrefour, Intermarché et Metro, utilisent la plateforme Salsify au quotidien pour faire la différence et gagner la bataille du digital et de l'omnicanal.

En savoir plus : <http://www.salsify.com>

### Contact Presse Alkemics-Salsify France :

RP au carré : **Carine Lennuyeux** - 06 84 10 73 02 - [carine.lennuyeux@rp-aucarre.com](mailto:carine.lennuyeux@rp-aucarre.com)

