

Shopzilla débarque en Europe

De la cage à oiseau en passant par les clubs de golf et la grappe à fromage, le catalogue de Shopzilla est pour le moins complet. Lancé en 1996 par Farhad Mohit et Henri Asseily deux étudiants en MBA de Management, Shopzilla, initialement intitulé Bizrate.com a fait son petit bonhomme de chemin.

Et aujourd'hui sa technologie brevetée lui permet d'afficher une belle cote de popularité auprès des internautes. Le site attire environ **17** millions de visiteurs chaque mois et propose un catalogue de pas moins de **30** millions de produits. « *Nous sommes optimistes et confiants, le marché européen et notamment celui de l'Hexagone est très friand des services comme celui que propose Shopzilla. À terme, le marché européen peut même devenir plus important que celui des États-Unis* » indique Scott Macon, interrogé sur les perspectives de croissance des sites de comparaison de prix. Pour réussir, le site peut compter sur la démocratisation rapide de l'Internet haut débit dans le pays, et le besoin réel de sites qui font la comparaison entre les différentes offres disponibles sur la Toile. De plus, l'esprit critique, une qualité bien française, est particulièrement avide de comparaison. Shopzilla, qui s'implante désormais sur le sol européen, vient d'annoncer un profit de **7,3** millions de dollars pour un chiffre d'affaires de **35,2** millions pour le troisième trimestre 2005. Une belle augmentation comparée au profit de **1,2** million de dollars pour un chiffre d'affaires de **15,9** millions de dollars sur la même période l'an passé. A l'heure actuelle, le groupe ne dispose pas d'une équipe en France, même s'il travaille avec des Français, ces derniers sont délocalisés en Angleterre, mais à terme une division française pourrait bien voire le jour. **Un marché porteur** Interrogé sur la concentration dans ce secteur très juteux de la vente en ligne, Scott Macon affiche son optimisme : « *la compétition est une bonne chose pour le marché et pour les consommateurs. Je crois que pour être performant, il faut proposer le meilleur rapport qualité-prix. Et cela, grâce à une recherche rapide et simple.* » « *En France, 52% des utilisateurs de services d'achats en ligne utilisent des comparateurs de prix* » précise Helen Malani responsable de la distribution Shopzilla. Il est vrai que l'e-commerce est toujours en pleine croissance, partout dans le monde. Aux Etats-Unis, les achats en ligne atteindront **172** milliards de dollars cette année et **298** milliards en 2009. Et l'Europe rattrape rapidement son retard. En effet les achats en ligne tripleront, passant de **57** milliards d'euros cette année à **167** milliards d'euros en 2009. (source Forrester) L'avantage de Shopzilla sur la concurrence (Kelkoo?) est, selon Scott Macon, sa technologie brevetée : « *Grâce à notre plate-forme, l'internaute peut trouver ce qu'il souhaite dans un grand catalogue. Il peut effectuer des recherches très spécifiques et fines* ». Dans son communiqué le groupe précise qu'avec « *20 millisecondes, le temps de réponse aux requêtes est de 10 à 50 fois plus rapide que celui des autres moteurs de comparaison* ». Dans cette même optique, les technologies utilisées par Shopzilla corrigent de manière intelligente, les fautes d'orthographe et noms de marque et prennent en compte les différents systèmes de poids et de mesures. Concernant la conquête du marché français, le groupe précise qu'il devrait prochainement lancer une campagne de publicité en ligne et réfléchit également à une campagne publicitaire traditionnelle. Enfin, Shopzilla dispose comme Microsoft et Yahoo de son propre centre de recherche et développement : Z-Lab. Ce dernier expérimente les futures générations d'outils de recherche avec notamment le projet Robotzilla. L'idée est d'automatiser l'indexation et la comparaison des produits grâce à une forme d'intelligence artificielle? Mais c'est une autre histoire... Shopzilla débarque à un très bon moment: un peu plus d'un mois avant les Fêtes de fin d'année, période faste pour le commerce en

ligne. Il s'agit du premier test en grandeur nature de la version européenne du comparateur.