

L'homme marketing de l'année en Europe: Jacques-Antoine Granjon, récompensé par le prix « CMO of the year »

Paris, le 20 novembre 2009

Jacques-Antoine Granjon, co-fondateur et PDG de vente-privee.com, leader européen des ventes événementielles en ligne, a été récompensé par le prix « CMO of the year » (Chief Marketing Officer of the year) lors de la cérémonie de remise de prix qui s'est déroulée le 19 novembre à Francfort en Allemagne.

Pour la quatrième année consécutive, le prix Européen « CMO of the year », organisé par le cabinet Booz & Company, distingue les hommes marketing de l'année. Un jury international de professionnels, composé de représentants de l'économie, des médias et des sciences récompense ainsi les performances marketing des entreprises Européennes, évaluées selon les critères de marketing-excellence de Booz & Company :

- ▶ l'influence du marketing stratégique sur la vision et l'organisation de l'entreprise
- ▶ la communication des marques
- ▶ le design du produit et la tarification
- ▶ la relation client
- ▶ la stratégie on-line (un critère clé pour ce prix 2009)

Cette année, trois hommes ont été salués pour l'excellence de leurs stratégies marketing : Thierry Antinori, vice-président exécutif marketing et ventes de Lufthansa, Simon Clift, Directeur marketing d'Unilever et Jacques-Antoine Granjon, co-fondateur et PDG de vente-privee.com.

En 2001, Jacques-Antoine Granjon crée vente-privee.com, un concept totalement innovant qui va transformer profondément le métier des ventes de fins de série. Ce business model révolutionnaire « BtoBtoC » a permis à vente-privee.com de devenir en quelques années leader européen incontesté du secteur (9 millions de membres, CA prévisionnel 2009 de 680 millions d'€, soit +35% versus 2008).

vente-privee.com propose une expérience de shopping inédite à sa communauté de membres parrainés et démontre ainsi que la qualité de son offre (-50% à -70% de réduction sur des marques prestigieuses) associée à la qualité de services est créatrice de valeur, pour les consommateurs comme pour les marques : immersion dans l'univers des marques (image préservée, notoriété renforcée), richesse et variété des contenus pour les membres (un blog communautaire, un magazine lifestyle haut de gamme, un widget pour rester connecté...)

Véritable canal de distribution alternatif, vente-privee.com permet aux marques d'écouler en un temps record et en toute discrétion, des quantités importantes de stocks. Egalement reconnu comme fort vecteur d'achat en réseau traditionnel*, l'entreprise accompagne aussi les marques dans leur réflexion stratégique, réalisant notamment des études de performance après chaque vente.

▶ A propos de vente-privee.com

Fondée en 2001, vente-privee.com organise en exclusivité pour plus de 9 millions membres des ventes événementielles en ligne des plus grandes marques internationales (plus de 1 800 ventes et 850 marques en 2009) dans les domaines de la mode masculine, féminine et enfant, le linge de maison, les accessoires, le high-tech et les jouets. Elles se réalisent sur une durée de 2 à 4 jours, et les prix qui y sont proposés offrent des réductions entre -50 et -70% par rapport au prix public généralement constaté. L'inscription au club vente-privee.com est gratuite et sans obligation d'achat. Pour être

membre, il faut être parrainé. La possibilité est aussi offerte aux medias de parrainer leurs lecteurs. Pour plus d'info sur l'entreprise, rendez-vous dans le Press Room : www.vente-privee.com/pr

► A propos de Booz & Company

Booz & Company est un leader mondial du Conseil en stratégie au service des grandes entreprises publiques, privées et des organisations françaises et internationales. Créé en 1914 par Edwin Booz, Booz & Company est le pionnier du conseil en stratégie et a défini la profession qui est la nôtre. Aujourd'hui, ce sont 3500 hommes et femmes qui conseillent les entreprises dans plus de 30 pays et 60 bureaux. Pour plus d'info : www.booz.com/fr

*Source Étude LH2 : 4 membres sur 10 achètent dans le réseau traditionnel de la marque après en avoir eu l'idée sur vente-privee.com. Étude France réalisé en décembre 2007 auprès de 10 007 membres vente-privee.com ayant effectué un achat durant les 6 derniers mois – méthode de quotas appliquée aux paramètres sexe, âge, profession et région de résidence.