

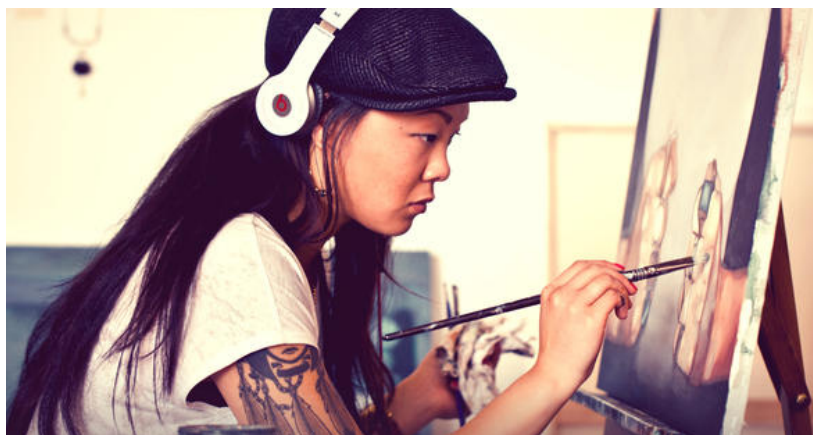
En continuant à naviguer sur ce site, vous acceptez l'utilisation de cookies afin d'améliorer votre navigation, et nous permettre de réaliser des statistiques de visites. Pour obtenir plus d'information sur les cookies, vous pouvez consulter notre politique.

[OK](#)

## Vango, une marketplace pour réinventer la décoration d'intérieur

Par [Arthur de Villemandy](#) | 27 mai 2015 | [Laisser un commentaire](#)

Mots-clés : **Retail / Luxe, Marketing & Publicité, Amérique du Nord, décoration**



Avec une communauté d'artistes indépendants de tous horizons et ses solutions d'achat innovantes, Vango veut devenir la marketplace artistique de demain.

Le célèbre incubateur californien **500 startups** présentait le 12 mai dernier les start-up accélérées durant 4 mois lors de la deuxième promotion. Une trentaine de start-up ont donc présenté leur entreprise via des *pitchs* courts, devant une salle remplie majoritairement d'investisseurs à la recherche de la prochaine entreprise dans laquelle investir. Les start-up en question ont déjà toutes de nombreux clients et recherchent parfois à lever des fonds une deuxième fois. Parmi celles-ci, la start-up **Vango** a retenu l'attention. Loin de proposer un nouvel objet pour diffuser des œuvres d'art sous forme digitale, Vango revient aux sources : la promotion d'artistes indépendants grâce à une *marketplace* dédiée et sur-mesure. D'une valeur qui s'élève à 30 milliards de dollars, le marché de la décoration de murs d'intérieurs est une opportunité que Vango ne veut pas manquer.

### Une solution digitale qui promeut les artistes indépendants

Vango se veut le lieu où les artistes indépendants peuvent faire valoir leurs œuvres, qui ne dépassent jamais une valeur d'achat de 2 000 dollars. La start-up a mis en place plusieurs leviers pour établir une communauté d'artistes satisfaite. D'abord, les artistes récupèrent 80 % de la valeur de la vente de leurs œuvres. Ensuite, ils n'ont pas à trouver de clients car ils sont contactés directement, et Vango se charge de leur envoyer un code-barre pour l'envoi aux clients. De plus, le processus de renommée des artistes a été « gamifié ». En effet, les prix des œuvres sont classés en trois catégories : *Debut*, de 100 à 250 dollars, *Noteworthy*, de 500 à 750 dollars et *Established*, de 1 000 à 1 500 dollars, tout cela en fonction du volume de ventes et sans contrat. Enfin, les artistes sont promus sur l'application smartphone dédiée et sur le compte Pinterest.



Disponible via une application iPhone et iPad, Vango se veut simple d'utilisation et met l'utilisateur au centre de son service. En effet, la start-up propose des œuvres classées selon l'humeur des consommateurs, ou encore selon les pièces de la maison. Les utilisateurs sont aussi en mesure de lire les biographies des artistes, car leur communauté est « *primordiale pour la qualité du service* » a déclaré le CEO Ethan James Appleby lors de la conférence. Enfin, les œuvres peuvent être « testées » grâce à la réalité augmentée, qui simule la présence d'un tableau dans un salon par exemple. Vango insiste donc sur la personnalisation des recommandations et sur une expérience millimétrée pour les utilisateurs.

« *Direct from the artists to your wall.* » Ces mots présents en page d'accueil de site de Vango résument parfaitement la mission de la start-up : donner accès simplement aux consommateurs à des artistes indépendants pour décorer leur intérieur. Fondée en 2012, Vango a reçu 550 000 dollars en phase d'amorçage en mai 2014, et comptait convaincre les investisseurs d'effectuer un nouveau tour de table plus important. Notamment via quelques chiffres intéressants dont celui de la rétention : 70 % des clients ayant déjà acheté un produit sur Vango en achètent un deuxième.

Mentions légales © L'Atelier BNP Paribas