INTERNATIONAL eTRADE · ACCIÓ

Marketplaces a Europa

Què cal tenir en compte abans de començar

Jordi Ordóñez · Consultor en ecommerce i marketplaces

Dijous 18 de juny de 2026

Amazon | Zalando | Allegro | bol | Cdiscount

ACCIÓ Catalonia Trade & Investment
Generalitat de Catalunya
enterprise europe network
Apropem Europa a la teva empresa

Jordi Ordóñez

Consultor d'Acció: especialitzat en ecommerce i marketplaces

- Estratègia de venda en plataformes internacionals
- Posada en marxa i optimització a Amazon i altres marketplaces
- Acompanyament a empreses en totes les fases

ACCIÓ Catalonia Trade & Investment

Generalitat de Catalunya

enterprise europe network
Apropem Europa a la teva empresa

De què parlarem

Sobretot: preguntes obertes durant tota la sessió

Obertura i context

01 · El paper dels marketplaces en la internacionalització

02 · Què cal analitzar abans de començar

03 · Primeres passes recomanables

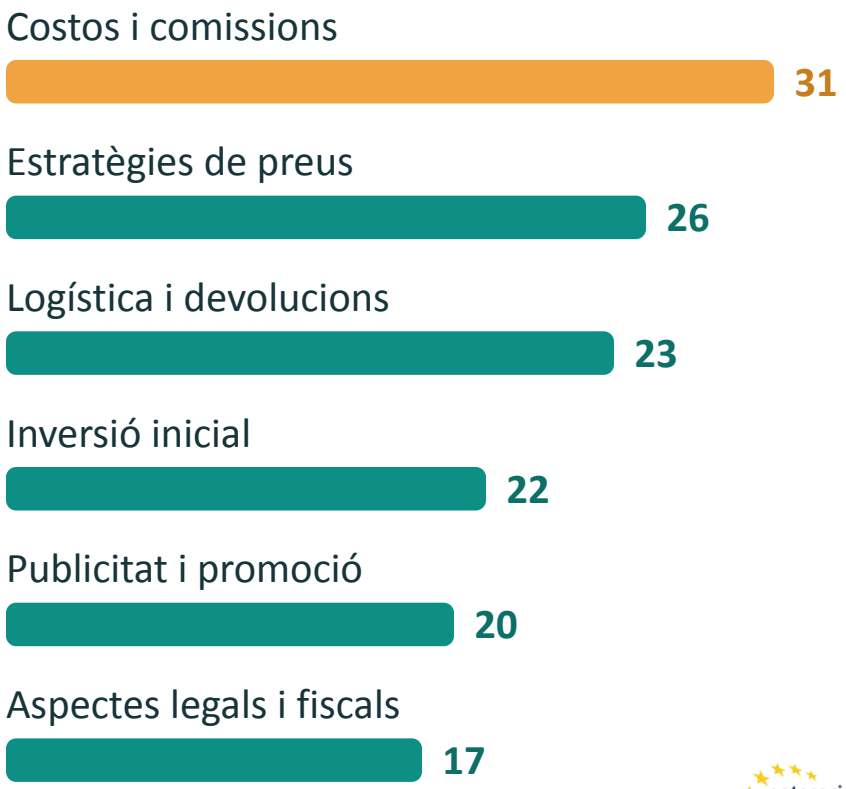
04 · Errors habituals i expectatives realistes

Què ens heu dit

EL VOSTRE PUNT DE PARTIDA

70% *encara no veneu o ho esteu valorant*

ELS TEMES QUE VOLEU PRIORITZAR



Les vostres preguntes

Agrupades per tema a partir de les respostes obertes de l'enquesta

Quin marketplace triar

"Com seleccionar els més adients i estimar la inversió necessària"

Marge, costos i ROI

"Quant de marge se't 'menja' un marketplace com Amazon"

IVA, fiscalitat i compliance

"L'IVA diferent a cada país i tanta burocràcia: qui ho assessora?"

Logística i etiquetatge

"Etiquetatge de productes i logística entre marketplaces"

Buybox i control de preus

"Guanyar la Buybox i controlar els preus dels distribuïdors"

Canibalització amb l'ecommerce

"Quin % de vendes en marketplaces vs. ecommerce propi?"

01 El paper dels marketplaces

- Quan té sentit, per a una empresa, entrar en un marketplace i quan no?
- Marketplace, botiga pròpia o distribuïdor: excloents o complementaris?
- Què guanyes en entrar-hi i què hi deixes (comissions, dependència, dades)?
- Què és un marketplace horitzontal vs un vertical?
- Més enllà d'Amazon, quins marketplaces europeus cal conèixer i com triar-los?

Generalistes

Verticals (moda, DIY…)

Regionals per país

vs. botiga pròpia

01 El paper dels marketplaces

- El triangle d'or: Amazon, Mirakl, Shopify
- Com es diferencia el tracte al venedor per Marketplace?
- Quines diferències hi ha entre 1P i 3P
- Quins Marketplaces són més recomanables per 1P, 3P i model híbrid

Generalistes

Verticals (moda, DIY…)

Regionals per país

vs. botiga pròpia

Comparativa de marketplaces europeus

Costos orientatius (2025–26). Les comissions varien molt segons categoria, país i acord; verifiqueu-ho sempre amb cada plataforma.

Categoria	Marketplaces europeus més idonis	A tenir en compte
Agroalimentació i begudes	**Amazon (ES/DE/FR/IT), Carrefour, El Corte Inglés; Verticals 1P: Bodeboca, Vinissimus, Decántalo**	Caducitat i cadena de fred limiten el transfronterer; el gourmet/eco i el vi viatgen molt millor
Salut, cosmètica i cura personal	**Amazon, Douglas, Promofarma, Planeta Huerto Verticals 1P: Druni, Primor, Naturitas**	Cosmètica = registre CPNP (Cosmetic Products Notification Portal) + etiquetatge UE; complements tenen restriccions per país
Moda, tèxtil i complements	**Zalando (pan-UE), Asos, Amazon Fashion, Otto, Spartoo (calçat), Veepee/Privalia**	Zalando és el rei. Les devolucions poden arribar al 50%
Esport i outdoor	**Decathlon Marketplace, Tradeinn, Amazon, eBay**	Vertical dominat per Decathlon i TradeInn
Joguines, manualitats i hobby	**Amazon, Allegro (PL), Kaufland (DE), Cdiscount (FR); Etsy/Amazon Handmade**	Joguina = normativa EN71/marcat CE obligatori. Amazon: prova laboratoris amb conveni.
Llar, decoració i il·luminació	**ManoMano, Leroy Merlin Marketplace, Amazon, Maisons du Monde, Conforama, Cdiscount, Otto, Bol**	Leroy és el rei en aquest vertical. Manomano va de capa caiguda.
Automoció i moto	**eBay Motors (molt fort en recanvis), Amazon Automotive, Tradeinn (Motardinn) Vertical 1P: Oscaro/Mister-Auto, kfzteile24**	
Tecnologia, electrònica i smart home	**Amazon, PcComponentes, Worten, MediaMarkt/Saturn MP, Fnac-Darty, Bol, Allegro, Galaxus**	
Editorial i llibres	**Amazon, Casa del Libro, Fnac**	

02 Què analitzar abans de començar

- Quina és la primera anàlisi abans de decidir si entres: producte, marge o competència?
- El teu marge aguanta comissions, logística, devolucions i publicitat alhora?
- Quins temes legals i fiscals sorprenen més les empreses (IVA/OSS, GPSR, EPR)?
- Logística pròpia o del marketplace (tipus FBA): com es decideix?

IVA · OSS · EORI

GPSR · Resp. UE

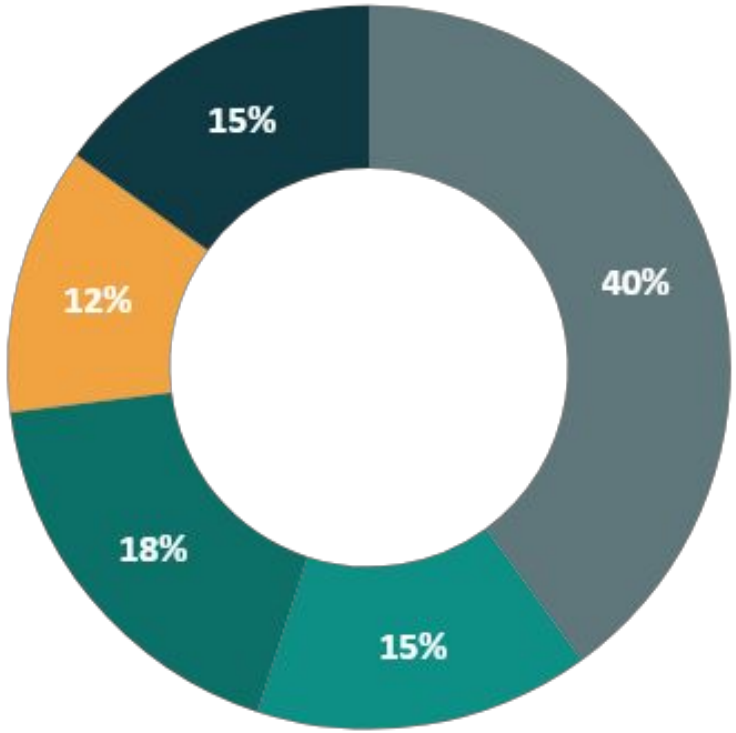
EPR (FR, DE)

FBA vs. propi

On va cada euro del PVP?

El vostre tema #1!!!

Exemple il·lustratiu. El marge real és el que queda després de tots els costos del canal
La clau és optimizar el que podem controlar: COGS, logística, devolucions i publicitat.



Cost del producte (COGS)	40%
Comissió marketplace	15%
Logística + devolucions	18%
Publicitat (PPC)	12%
Marge net	15%

ACCIÓ Catalonia Trade & Investment

Generalitat de Catalunya

enterprise europe network
Apropem Europa a la teva empresa

Comparativa de marketplaces europeus

Costos orientatius (2025–26). Les comissions varien molt segons categoria, país i acord; verifiqueu-ho sempre amb cada plataforma.

Marketplace	Comissió	Quota mensual	Logística	Publicitat	Focus / mercat
Amazon	**8–15%**	€39,99	FBA o FBM	Sí	Generalista · pan-EU
eBay	**5–12%**	Sense quota*	FBM	Sí	Generalista
Zalando	**5–25%**	Base + ZMS	ZFS o FBM	Sí	Moda
ASOS	**Negociada**	Sense quota	FBM	—	Moda · curat
Cdiscount	**5–20%**	€39,99	Pròpia / CDF	Sí	França
Carrefour	**7–20%**	Sense	FBM	Sí	ES · FR · gran consum · Mirakl
Fnac / Darty	**6–16%**	€39,99–49,99	FBM	Sí	França · tech/cultura · Mirakl
El Corte Inglés	**Negociada**	Model E.DIG	FBM	Limitada	Espanya · selectiu · Mirakl
bol	**Per categoria**	Sense quota	LVB (Logistics via Bol) o FBM	Sí	NL · BE
Otto	**8–15%**	Sense quota	FBM	Sí	Alemanya · selectiu
eMAG	**7–25%**	Sense quota	FBE o FBM	Sí	RO · HU · BG
Decathlon	**9–18%**	~€40	FBM	Sí	Esport · Mirakl
Leroy Merlin	**10–20%**	€39	FBM	Sí	Bricolatge · Mirakl

Simulació: què queda d'una venda de 100 €

*Supòsits: PVP 100 € · −10 € de publicitat (10%) · sense devolucions · fulfillment del marketplace, o enviament propi 3,90 € (producte petit). La quota mensual fixa no s'hi descompta. *Benefici net = net del canal − cost de producte (40% del PVP, com a l'exemple anterior).*

Marketplace	Comissió	Logística	Net del canal (-10% ads)	Benefici net - COGS
Amazon	15% · 15,00 €	FBA · 3,50 €	**71,50 €**	**31,50 €**
eBay	10% · 10,00 €	Propi · 3,90 €	**76,10 €**	**36,10 €**
Zalando	20% · 20,00 €	ZFS · 4,50 €	**65,50 €**	**25,50 €**
ASOS	20% · 20,00 €	Propi · 3,90 €	**66,10 €**	**26,10 €**
Cdiscount	15% · 15,00 €	CDF · 3,50 €	**71,50 €**	**31,50 €**
Carrefour	13% · 13,00 €	Propi · 3,90 €	**73,10 €**	**33,10 €**
Fnac / Darty	12% · 12,00 €	Propi · 3,90 €	**74,10 €**	**34,10 €**
El Corte Inglés	15% · 15,00 €	Propi · 3,90 €	**71,10 €**	**31,10 €**
bol	12% · 12,00 €	LVB · 3,50 €	**74,50 €**	**34,50 €**
Otto	12% · 12,00 €	Propi · 3,90 €	**74,10 €**	**34,10 €**
eMAG	15% · 15,00 €	FBE · 2,50 €	**72,50 €**	**32,50 €**
Decathlon	14% · 14,00 €	Propi · 3,90 €	**72,10 €**	**32,10 €**
Leroy Merlin	15% · 15,00 €	Propi · 3,90 €	**71,10 €**	**31,10 €**

03 Primeres passes recomanables

- Per on es comença: un mercat ancla o diversos alhora?
- Quant es triga de l'alta a la primera venda?
- Catàleg i fitxes: què és imprescindible per sortir amb garanties?

Un mercat ancla

Fitxes localitzades

PPC des del dia 1

Mesurar aviat

03 Primeres passes recomanables

- La publicitat (PPC) cal sí o sí des del primer dia?
- Quins KPIs he de conèixer: ACOS, TACOS, ROAS, CVR, velocitat de ventes
- Estratègies de preus i com afecta la BuyBox a Marketplaces

Un mercat ancla

Fitxes localitzades

PPC des del dia 1

Mesurar aviat

Timeline de llançament

Un recorregut realista de la setmana 0 al mes 3

1	2	3	4	5
Setmana 0	**Setm. 1-2**	**Setm. 3-4**	**Mes 2**	**Mes 3**
Alta + compliance	**Catàleg i fitxes**	**Llançament + PPC**	**Optimització**	**Primers resultats**
IVA/OSS, GPSR, EPR	Localització real	Primera visibilitat	Preu, contingut, bids	Decisió d'escalar
Començar no és acabar. Procés lent. Frè pel 90%	**De la mà de Brand Registry**	**Paraules clau ultra rellevants**	**Campanyes PPC d'expansió**	**Break even assolit, inici fase profit**

04 Errors i expectatives realistes

PREGUNTES

- Quina expectativa porta la gent que gairebé mai es compleix?
- Quant cal invertir i quant esperar per veure rendibilitat?
- Quan toca dir “això no és per a nosaltres”?

MITE → REALITAT

“Pugem el catàleg i ja venem”

Sense contingut localitzat i PPC no hi ha visibilitat

“És un canal barat”

Comissions + logística + ads s'emporten molt marge

“Resultats en setmanes”

Els primers mesos són d'inversió i aprenentatge

Torn obert

Les vostres preguntes i casos concrets

ACCIÓ Catalonia Trade & Investment

Generalitat de Catalunya

enterprise europe network

Apropem Europa a la teva empresa

Idees per emportar-se

- Un marketplace és un canal, no una estratègia. Encaixa'l on sumi.
- Abans d'entrar, fes els deures: marge, compliance i logística.
- Comença per un mercat ancla i mesura abans d'escalar.

Següent pas **International eTrade · ACCIÓ**

Acompanyament a la internacionalització digital: validem el canal i preparem el llançament amb vosaltres.