

La plus grande vitrine du monde

Energies 313 - 2 avril 2009

vendredi 3 avril 2009, par [Bruno](#)

Depuis quelques années, le commerce en ligne connaît une croissance fulgurante. Des artisans ou des PME se lancent, parfois avec peu de moyens, dans ce qui ressemble encore à une aventure, à Gardanne comme ailleurs.

Avec la vente en ligne, il est possible d'acheter à peu près n'importe quoi n'importe où. Début 2008, rien qu'en France, on recensait 21 millions d'acheteurs sur Internet. Conséquence, le nombre de sites faisant de la vente en ligne, ou e-marchands, connaît une croissance très rapide : 37 000 fin 2007 pour un chiffre d'affaires de 16 milliards d'euros. Début 2009 à Gardanne, les entreprises de vente en ligne se comptent encore sur les doigts d'une main. Nous en avons rencontré quatre, très différentes dans leur mode de fonctionnement, leur volume de vente et bien sûr leurs produits proposés.

Celle qui ressemble le plus à une PME structurée, c'est Le20.fr. Installée en 2007 à la zone Avon, cette société de trois salariés et un gérant commercialise... des vins de Bourgogne et dans une moindre mesure des Bordeaux et du Champagne. Des bouteilles allant de 8 à 1 000 € pour les plus recherchées, des grands crus dont certains datent de 1923. Pour les dénicher, Emmanuel Uttscheid, le créateur de l'entreprise, écume les ventes aux enchères spécialisées, à Cannes, Lyon, Dijon, Avignon et Paris.

« Nous sommes très exigeants sur les délais de livraison, explique-t-il. Nos clients n'attendent pas. S'ils passent commande avant midi, ils sont livrés le lendemain matin. » Ce qui nécessite une logistique lourde : le20.fr fonctionne avec des stocks. *« Les bouteilles restent ici au maximum trente jours. Le local est climatisé et humidifié en été. »* Bien entendu, la partie préparation des commandes est très importante : *« Nous avons imaginé un système d'emballage cartonné alvéolé avec plusieurs épaisseurs qui protège bien les bouteilles. Une chute de deux mètres ne les casse pas. »*

Deux fois par semaine, une lettre d'information est expédiée aux clients pour leur annoncer les promotions et les derniers arrivages. *« 14% du vin est vendu en ligne en France, explique Emmanuel Uttscheid. Un an avant, c'était 7%. En général, les vignerons n'aiment pas trop voir leurs bouteilles sur Internet, mais ils sont obligés d'y venir. »* le20.fr dégage un chiffre d'affaires annuel proche du million d'euros, dont 40% à l'étranger (<http://www.le20.fr>).

Dans une villa du quartier de l'Oratoire de Bouc, Christelle Salvatico et son associée Élodie Poussel n'en sont pas encore là. Mais Lilootresors, leur boutique en ligne (<http://www.lilootresors.com>) qui vend du matériel de puériculture, jouets et liste de naissance, marche plutôt bien : *« A part un creux en février, ça augmente chaque mois. »* L'idée leur est venue par l'expérience : *« suite à nos grossesses, on s'est rendues compte qu'il était difficile de suivre à distance une liste de naissance déposée dans un magasin. Le projet nous a pris deux ans. Nous avons créé la société en octobre 2007 et mis le site en ligne en janvier 2008. »*

Avec ses 210 fournisseurs et ses 3 000 références, Lilootresors s'est étoffée. *« Selon les marques, on*

constitue un petit stock tampon, pour d'autres, on achète à mesure des commandes. On travaille aussi avec des créateurs qui font des produits originaux, difficiles à trouver. » La clientèle achète depuis les grandes villes (Paris, Lyon, Marseille) mais aussi, quelquefois, de l'étranger : « on a eu des commandes des Etats-Unis et du Mexique. » Et si la vente en ligne permet aux clients de comparer facilement les prix, elle autorise aussi la surveillance des concurrents...

Avec Mademois'ailles, on passe du côté artisanal. Valérie Souchet et son compagnon Grégor Bouet ont créé cette entreprise il y a cinq ans à Aix, avant de s'installer début 2008 à Gardanne. Ils fabriquent des bijoux, des piques à chignon et des accessoires de mode qu'ils vendent en partie sur les marchés artisanaux de la région et en partie sur Internet (<http://www.mademoisailles.com>).

« Les marchés sont remis en question chaque année, on n'est pas sûrs d'avoir les emplacements, même si on en fait environ 150 jours par an, explique Valérie Souchet. Le site présente nos créations, nous permet de garder un contact avec la clientèle. Il nous donne aussi une assise professionnelle. On l'a amélioré l'an dernier en rendant possible l'achat avec un panier et par Paypal. Avant, il fallait imprimer un bon de commande et payer par chèque. »

La matière première, tiges d'aluminium et des perles de verre, est achetée en gros dans la région et à Barcelone. Le stockage ne pose pas de problème particulier, vu la taille réduite et le faible encombrement des produits. *« On sent la crise depuis Noël 2007, les gens achètent différemment, il y a beaucoup moins d'achats coup de coeur. On essaie de fidéliser nos clients, et le site est important pour cela. »*

« Après m'être retrouvée au chômage, je me suis lancée »

Virginie Régnier travaille seule, dans son appartement bivérois. Depuis le début de l'année, elle s'est lancée dans la création et la vente de ballotins de dragées. *« J'en faisais pour le plaisir, pour la famille, à l'occasion de mariages ou de baptêmes, et c'était toujours appréciée, raconte-t-elle. Après un congé maternité, je me suis retrouvée au chômage, et on m'a conseillé de me lancer. »* C'est ainsi qu'est né Médocréation, après un stage à la Chambre des Métiers à Venelles. Virginie propose sur son site Internet (<http://www.medocreation.com>), qu'elle a réalisé elle-même, 75 créations de ballotins de dragées qu'il est possible de personnaliser en fonction d'un thème ou d'une couleur.

« En ce moment, je monte une campagne publicitaire en partenariat avec un wedding planner [organisateur de mariages, NdIR]. Et les fournisseurs me référencent aussi sur leur site. » Son activité est plutôt saisonnière, de mars à septembre, l'époque où mariages et baptêmes occupent les samedis. *« Mais je peux vendre aussi pour des anniversaires ou à Noël. »*

Les délais tiennent compte du temps de création, au minimum une à deux semaines, parfois plus. *« Si ça marche, j'aimerais bien avoir une boutique pour exposer mes créations, j'aimerais avoir plus de contacts avec les clients. »* La vente en ligne peut aussi être une passerelle vers la vente classique en magasin.