

ZOOM

Achat Vip s'impose dans le commerce en ligne

Le e-commerce a le vent en poupe ! En quatre ans, Stéphane Guillemot et Olivier Le Floch, les deux associés d'Achat Vip, ont hissé leur entreprise installée à Trappes, dans les Yvelines, au deuxième rang des ventes privées sur le Net. Les consommateurs peuvent y réaliser jusqu'à 70 % d'économies.

LES SOLDES 2008, terminés le 12 août, n'ont remporté que peu de succès. Devant la hausse des prix de nombreux produits de consommation courante, les Français semblent fermement décidés à modérer leurs dépenses. Il est pourtant un secteur qui continue d'afficher une marge de progression remarquable : le e-commerce. A l'image d'Achat Vip, jeune entreprise des Yvelines, fondée il y a quatre ans par deux amis d'enfance, Stéphane Guillemot et Olivier Le Floch. Cette filiale de leur groupe d'activités Internet Olfo occupe 10 000 m² de bâtiments installés à Trappes, comprenant bureaux administratifs, studio photo, département de conception Web et entrepôts. « Nous organisons via notre portail Internet, www.achatvip.com, plus de 350 ventes privées par an, explique Olivier Le Floch, soit près d'une vente privée nouvelle par jour. Les produits proposés vont du prêt-à-porter à la cosmétique, en passant par la lingerie, les chaussures, l'alimentaire, l'art de la table, les jouets, le petit électroménager ou encore les produits high-tech. » Mais l'entreprise prévoit d'étendre prochainement son offre aux spectacles, expositions et places de théâtre ou de concerts, et surtout aux produits dématérialisés, comme les téléchargements de musique, de films ou de jeux vidéo.

Car le e-commerce ne cesse de gagner des parts de marché. Dans le domaine de la vente privée, c'est le site vente-privee.com, créé il y a six ans, qui se classe en tête, avec 3,7 millions d'acheteurs au premier trimestre 2008 et un nombre d'inscrits estimé à près de 12 millions. Achat Vip arrive deuxième, avec 600 000 acheteurs sur la même période pour 2,8 millions d'inscrits, mais connaît une progression importante. Avec plus de 31,5 millions d'internautes, dont 24 millions équipés en haut débit (ils étaient 2,5 millions en 2004 !), les ventes sur Internet ont progressé de 30 % en France au cours des trois premiers mois de cette année (ce qui représente au total un montant des ventes estimé à 4,9 milliards d'euros). La performance est à comparer directement au



Alexandre Thériot, responsable marketing d'Achat Vip.com.

0,6 % qu'affichait alors la consommation des ménages en produits manufacturés, selon les chiffres publiés par l'Insee. Dans un contexte de ralentissement général de la consommation, ces bons résultats s'expliquent à la fois par l'arrivée de nouveaux clients (+ 3,1 millions d'acheteurs sur un an), mais aussi par un niveau de fiabilité qui ne cesse de progresser (62,4 % des internautes ont confiance dans l'achat en ligne, contre 60,8 % au 1^{er} trimestre 2007), portant désormais le nombre de sites marchands actifs à plus de 41 000, soit 13 000 nouveaux sites (+ 49 %) par rapport à la même période en 2007. Dans le domaine du B2C (vente aux particuliers), une quarantaine de sites réalisent 42 % du chiffre d'affaires total.

« Le concept est franco-français, reprend le cofondateur d'Achat Vip. Mais on voit apparaître aujourd'hui chez nos voisins quelques initiatives. On s'attend à ce que le phénomène prenne de l'ampleur dans toute l'Europe. » Et pour ne pas rater le coche, les deux entrepreneurs ouvrent dans les jours prochains leur premier site en anglais : Vipoutlet.co.uk.

ERWAN BENEZET

Bientôt un site en anglais



Un Français sur quatre aura effectué un achat en ligne en 2008.

TROIS QUESTIONS A...



▷ Stéphane GUILLEMOT, cofondateur du site Achatvip.com

« Un bon moyen de combattre la baisse du pouvoir d'achat »

Comment êtes-vous en mesure de proposer des réductions de 50 à 70 % sur les produits que vous mettez en vente ?

Nos acheteurs sillonnent toute l'Europe afin d'acquiescer des lots de produits auprès de différentes marques. Les transactions ne se font qu'en direct pour éviter tout risque de contrefaçon. Les quantités nous permettent d'obtenir des prix avantageux, que nous répercutons ensuite sur les ventes. Notre site constitue donc un bon moyen de combattre la baisse du pouvoir d'achat.

Pensez-vous que le e-commerce puisse concurrencer sérieusement le commerce classique ?

Le e-commerce représente aujourd'hui 6,7 % du marché total de la vente au détail. Pour gagner encore des parts de marché, et rivaliser avec des magasins « physiques », il doit impérativement rendre compte, avec un maximum de détails, des caractéristiques des produits : la matière, la taille ou encore les couleurs. Nous avons donc des équipes dédiées, photographes, webmasters et webdesigners, qui y travaillent.

Quelles sont vos prochaines stratégies de développement ?

Au-delà de l'ouverture du site anglais, nous menons actuellement toute une série d'études pour nous attaquer aux marchés émergents, notamment les pays de l'Est, l'Inde et la Chine, où le nombre d'internautes – et donc le potentiel du e-commerce – ne cesse de s'accroître.

PROPOS RECUEILLIS PAR E.B.

75 PARIS

La Belle Ecole recentre ses ateliers dans le VIII^e

La Belle Ecole, première et unique école d'art de vivre à la française, va ouvrir à Paris, au mois d'octobre, un lieu unique pour organiser l'ensemble de ses ateliers, jusqu'ici réalisés dans différents lieux de la capitale. Cet espace de réception de 150 m² devrait se situer dans le VIII^e arrondissement à proximité du M^o Saint-Philippe-du-Roule. L'entreprise, créée en 2004 par quatre jeunes femmes élégantes et passionnées, propose des cours interactifs et haut de gamme de gastronomie, dégustations, élégance, savoir-vivre, design ou encore d'art floral. Réalisant un chiffre d'affaires en forte progression chaque année, 215 000 euros en 2005, 620 000 euros en 2006, et 1 million d'euros en 2007, elle a accueilli plus de 30 000 particuliers, dont 30 % d'étrangers depuis le début. 1 500 entreprises lui ont également fait confiance pour organiser des événements pour leurs clients. Afin d'atteindre l'objectif avoué de 2 millions d'euros de CA en 2008, quatre nouvelles personnes rejoindront l'équipe de sept femmes plus un chef cuisinier, qui vient d'arriver. Fin juillet, un nouveau site Internet avec un magazine et une boutique en ligne a été lancé... en attendant d'exporter le concept et d'ouvrir des filiales à l'étranger, notamment à Londres.

ARNAUD BAUR

www.labelleecole.fr

91 ESSONNE

Massy accueille le champion de la détection incendie

Cette entreprise de matériels de détection des incendies équipe la Bibliothèque nationale de France, le Commissariat à l'énergie atomique de Saclay, le métro parisien ou encore le tunnel sous la Manche. DEF, pour détection électronique française, a démarré en 1958 dans un garage de Boulogne (Hauts-de-Seine). Son créateur, Daniel Lécuyer, a passé le flambeau à son fils, Philippe, en 1982. Il vient de recevoir le trophée du manager de l'année 2008 dans le domaine de la sécurité privée. L'entreprise a aujourd'hui son siège à Massy et trois usines à Pithiviers (Loiret), Incendie, chaleur, flamme, rien ne résiste au savoir-faire des détecteurs de DEF, qui a pris une dimension mondiale. Après l'Italie, la Chine, l'Algérie, la Tunisie ou le Maroc, il vient de créer une nouvelle filiale commerciale en Côte d'Ivoire, destinée à couvrir tous les besoins de l'Afrique de l'Ouest. L'objectif est de réaliser 30 % du chiffre d'affaires hors de la France dans les trois ans – contre 20 % actuellement – et de fonder une filiale par an à l'étranger.

J.H.