

Média: Magazine "IB com"  
Jour de parution: 17 septembre 2010  
Diffusion: Suisse romande  
Type: Magazine  
Tirage: 18'000

## LE SUCCÈS DE LA *vente en ligne*

Le concept des ventes privées a rapidement séduit les internautes en Suisse.

**C**omparables aux « Outlets » américains, les sites de ventes privées en ligne font fureur en Europe. Depuis 2007, eboutic.ch s'est fait une place sur le marché suisse. La société lausannoise, co-fondée par Arthur Dauchez, propose à ses membres des ventes de produits de marques à des prix décotés.

eboutic.ch



Arthur Dauchez (CEO) et Laure De Gennes (Sales Director), co-fondateurs d'eboutic.ch.

### Un concept particulier

Le site organise des ventes dans divers domaines, tels que le prêt-à-porter, les cosmétiques, les jouets et l'équipement pour la maison. Les achats sont effectués par un sys-

tème sécurisé, les colis sont acheminés par la poste dans un délai de 30 jours et le délai de retour est de sept jours. Les membres sont informés des ventes à venir grâce à un service d'e-mails promotionnels. « Une relation privilégiée avec plus de 200 marques partenaires nous permet de proposer à nos membres des rabais de 30 à 80% par rapport aux prix en magasins », explique son directeur, Arthur Dauchez. Les marques profitent ainsi du déstockage rapide et c'est un bon outil marketing. Les articles démarqués sont alors accessibles à un public plus large et fidélisent de nouveaux clients.

### Les clés de la réussite

Sur le modèle de [www.vente-privee.com](http://www.vente-privee.com) en France, eboutic.ch a pu rapidement convaincre les marques et fidéliser un maximum de clients avant l'arrivée de la concurrence. Les prix cassés, les évolutions technologiques et la notoriété croissante de cette société dynamisent les ventes et les partenariats avec les marques. L'e-commerce concernant désormais toutes les catégories sociales, les ventes privées en ligne semblent promises à un bel avenir.

### Des chiffres qui explosent

Le chiffre d'affaires de l'entreprise a connu une croissance de 400% entre 2008 et 2009 pour atteindre 7 millions de francs. La direction s'attend encore à une progression de son résultat opérationnel avec une croissance à trois chiffres cette année. eboutic.ch revendique 800'000 visiteurs par mois et une base de 650'000 membres à la fin juin 2010, contre 300'000 fin 2009.

L'e-commerce est aujourd'hui une réa-



lité et attire de plus en plus d'internautes en Suisse où les ventes sur ce marché ont généré plus de 6 milliards de francs en 2009. Néanmoins, l'e-commerce helvétique représente pour l'instant seulement 6% du commerce de détail contre 12% en Europe. Grâce à l'arrivée des applications pour appareils électroniques, les ventes en ligne devraient connaître un fort développement en Suisse dans les cinq ans à venir, avec des estimations de 50 à 100% de croissance d'ici à 2015.

En 2009, eboutic.ch a ouvert un bureau à Zurich et le site est actuellement disponible en français et en allemand. Dans le but de conquérir de nouvelles parts de marché, la plateforme sera déclinée en versions anglaise et italienne. En 2008, la société a annoncé une levée de fonds de 1 million d'euros auprès du fonds d'investissement français Alven Capital, lui permettant de poursuivre ses objectifs stratégiques : maintien du leadership, élargissement des services personnalisés et développement de l'offre sur le marché.

Mais eboutic.ch n'est plus seule ! Outre son concurrent alémanique Fashion Friends, deux nouvelles sociétés basées à Genève ont ouvert leur club. My-store, lancée en juillet 2009, comptait déjà 120'000 membres après six mois de ventes. Plus récemment, Myprivateboutique.ch a ouvert un site qui regroupe à la fois ventes privées et boutique en ligne spécialisées dans le secteur du luxe, et malgré un lancement tardif, les chiffres et l'offre sont déjà prometteurs. Mais la concurrence arrive aussi de l'étranger. Le site français Showroomprive.com, par exemple, effectue désormais des livraisons dans toute la Suisse.

*Manon Boulachin*