

Média: Journal "Entreprise Romande"  
Jour de parution: 26 novembre 2010  
Diffusion: Suisse romande  
Type: Hebdomadaire

## De l'importance du capital-confiance



**ARTHUR DAUCHEZ:** «Le e-commerce nécessite plus que d'autres secteurs d'activité d'acquiescer un capital-confiance important auprès des consommateurs.»

«Eboutic.ch est le premier site de ventes privées en Suisse.» Derrière cette affirmation affichée dès la page d'accueil du site, se cache une entreprise qui a démarré son activité il y a trois ans. Deux associés sont aujourd'hui à la tête de cette société de e-commerce basée à Lausanne: Laure de Gennes et Arthur Dauchez. Une vente privée, comment ça marche? Comme une vente normale, sauf qu'elle est réservée à des personnes qui se sont préalablement inscrites pour en profiter, sans obligation d'achat. Vêtements, voyages, articles de sports, jouets, objets de décoration sont au rendez-vous. Des marques reconnues sont toujours représentées pour chaque vente où les consommateurs bénéficient de 20 à 80% de réduction. Arthur

Dauchez explique les secrets de ce business model.

**Eboutic.ch existe depuis trois ans: comment a commencé cette aventure?**

Nous sommes partis du constat que la vente privée sur internet n'était pas encore développée en Suisse. Ce concept est né en France au début des années 2000 et le modèle commercial s'est ensuite propagé partout en Europe et dans le monde.

**Quels étaient vos objectifs en termes de ventes et de résultat?**

Nous voulions devenir la plateforme de vente privée de référence pour les marques. Elles sont aujourd'hui deux cents à nous faire confiance. Notre pari est donc gagné de ce point de vue. Concernant notre clientèle,

nous voulions convaincre les consommateurs qui n'avaient pas encore l'habitude de ce mode d'achat et fidéliser ceux qui le connaissaient déjà. Quelque sept cents mille inscrits font maintenant partie du club «eboutic.ch» et nous expédions vingt mille colis chaque mois: voilà notre plus grande réussite!

**Pourquoi les marques font-elles appel à vos services?**

Elles se tournent vers nous pour au moins trois raisons: soit elles profitent d'un nouveau canal de vente, soit elles souhaitent déstocker une partie de leurs produits, soit elles désirent tester une nouvelle offre sur une clientèle restreinte.

**Les boutiques traditionnelles acceptent-elles cette concurrence?**

Nous proposons des services spécifiques et les boutiques traditionnelles se sont rendues compte que nous étions davantage complémentaires que concurrents.

**Combien de collaborateurs employez-vous?**

Une cinquantaine. Et nous n'étions que deux au départ!

**Est-il facile de convaincre des financiers et de réunir les sommes nécessaires pour lancer, puis faire vivre un site comme eboutic.ch?**

Nous avons eu la chance d'être soutenus par un fonds d'investissement au cours de notre croissance.

**Qui sont vos clients?**

Les femmes actives constituent l'essentiel de notre clientèle. En outre, la moitié de nos inscrits habitent en Suisse romande et l'autre moitié en Suisse alémanique.

**La Suisse est-elle pour vous un pays favorable au développement du e-commerce?**

Oui, même si des difficultés particulières existent, notamment les contraintes liées à la taille du marché et à l'adaptation aux différentes cultures. Le e-commerce nécessite plus que d'autres secteurs d'activité d'acquiescer un capital-confiance important auprès des consommateurs: nous avons réussi à franchir cette étape et nous veillons encore à conserver une réputation irréprochable en étudiant toutes les réactions des internautes et en ayant un service après-vente le plus efficace possible. ■