

Le e-commerce une affaire qui marche

Cette année la Chambre de commerce et d'industrie du Tarn surfe sur le Net et plus particulièrement sur le e-commerce qui connaît un essor considérable. Pour preuve, le e-commerce en France, c'est 31 milliards d'€ de chiffre de ventes et 80 000 emplois dans les domaines du loisir (voyage/tourisme), des services, produits techniques (télé, hi-fi, etc), culturels (livres, disque, mobile) et bien d'autres. À partir de ce constat, porteur d'élan, une question se pose. Cette dynamique économique peut-elle être une réponse à la crise actuelle? On peut le croire.

Une formation, pour bien démarrer

Mais attention, n'est pas e-commerce qui veut. Comme tout créateur d'entreprises, il ne s'agit pas de se jeter tête baissée dans cette aventure. Certaines bases doivent être acquises: comme par exemple connaître les règles du jeu de la visibilité sur Internet ou encore la e-logistique: facteur clé de succès pour le développement du e-commerce. Ainsi, afin d'assurer le bon démarrage, la CCI propose une formation qui permet de se lancer dans de bonnes conditions et à moindre risque. Car les enjeux économiques et financiers sont importants. Comme en témoigne la réussite du site de la famille Hebrard implantée à Gaillac qui axe ses ventes sur



Michaël Diancoff et Matthieu Hebrard, des chefs de e-commerce heureux / photo M-P Voile

l'électroménager: « maismoinscher.com » qui gère tout de l'achat à la livraison. « On est rapidement passé d'un chiffre d'affaire de 8 à 30M€ », explique Matthieu Hébrard. « Aujourd'hui nous avons 35 employés et 5 dépôts en France. Notre politique commerciale est contrairement à nos concurrents orientée sur le prix: le même produit mais moins cher... d'où le nom de l'entreprise ». Autre grand succès tarnais, celui du site de Tompress installé à Sorèze qui vend des ustensiles de cuisine: fumoirs et autres presses pour faire de la charcuterie. Une idée originale qui vient

de remporter le Grand-Prix d'économie numérique. Un bon plan professionnel d'autant que l'on connaît l'intérêt que portent les clients à ce genre de ventes: motivation, délais de livraisons et un bon SAV, sont les atouts de la réussite. Sachant que le taux de confiance est en hausse: sur 8 achats 10 s'effectuent par CB et que selon la FE-VAD 53 % des internautes ont acheté sur le net avant de se rendre dans un magasin, cela demande réflexion. Vu sous cet angle, il est donc normal que la CCI accompagne les candidats dans leurs projets de e-commerce.

Marie-Jo Allibert.