

eBay. 1.000 entreprises locales en ligne

Plus d'un millier d'entreprises des Bouches-du-Rhône ont une vitrine sur eBay. La majorité espère attirer un peu du trafic de cette gigantesque galerie marchande.

Ils sont artisan tailleur de pierre à Grans, distributeur d'articles pour jardin et piscine à Septèmes-Vallons, ou revendeur de pièces détachées automobiles à Châteauneuf-les-Martigues.

Leur point commun : tous les trois ont leur boutique sur eBay, comme beaucoup d'autres entreprises du département. Le géant mondial de la vente en ligne héberge les magasins virtuels de 1.022 sociétés ayant pignon sur rue dans les Bouches-du-Rhône.

Sur le site d'enchères, elles jouissent du statut de vendeur professionnel qui leur est accordé sur présentation de leur inscription au RCS ou d'un extrait k-bis. Ce statut les soumet au respect des règles de vente à distance (droit de rétractation par exemple). Il leur procure surtout davantage de visibilité par rapport aux vendeurs amateurs et il les fait bénéficier de frais d'insertion réduits (15 cts d'euros par objet contre 50 pour les particuliers).

« Le prix reste exorbitant », juge tout de même Gilbert Aguilar. Le



● La société Piscinex, installée dans la Zac de la Haute-Bédoule à Marseille, a choisi de vendre certains de ses produits sur eBay. (Photo D.Gz.)

directeur de Fiesta New Concept estime à « 12% ou 13% » les frais sur chaque pièce auto qu'il vend via eBay. « En plus, c'est très fastidieux, considère-t-il. Après chaque vente, il faut remettre le produit en ligne. Il faut aussi être à l'affût des mails, être réactif, inspirer confiance ».

Malgré tout, le P-dg considère que c'est une « stratégie payante ». Depuis quatre mois, il a augmenté son volume de ventes

d'environ 10%. Etonnamment, 80% des prix qu'il pratique sur eBay sont plus élevés que ceux de son propre site web.

« La plupart de mes concurrents ebayeurs vendent très cher, observe-t-il. Alors, on s'adapte », le plus souvent à la hausse.

Outil commercial et moyen de communication

Mais si Gilbert Aguilar est satisfait de sa boutique eBay, c'est

surtout pour les « retombées collatérales » qu'elle engendre : « C'est une porte en plus. Elle accroît notre présence sur internet et fait venir des gens sur notre site ».

Cette synergie entre outil de vente et moyen de communication a également séduit le gérant de Piscinex, qui commercialise des douches solaires, des robots pour piscine et des saunas. « En termes d'image, eBay est un site référence pour les consommateurs qui pensent y trouver les meilleures affaires, explique Emmanuel Attar. Avec ses 2 millions d'inscrits, eBay offre aussi une visibilité énorme qu'on ne peut avoir avec un simple site marchand ».

Stéphane Burget privilégie ce second aspect. Sur sa boutique, il n'a vendu que trois fontaines en quatre mois. « Pour l'instant, j'en suis plus de ma poche », reconnaît le tailleur de pierre, qui met aussi en vente une cheminée avec foyer en fonte, ou des aménagements de cuisine. L'artisan n'est pas dupe. Outre leurs prix - 13.000 et 18.000 euros -, le volume et le poids de ces pièces les rendent impossibles à livrer.

« Je considère juste que c'est une vitrine. Ça permet de me faire connaître et de montrer ce que je peux faire... »

Geoffrey Dirat

Acces-Story.

« eBay, le pied à l'étrier à moindres frais »

Thomas Martin a créé son compte sur eBay en octobre 2008, avec une idée bien précise en tête. Alors au chômage après plusieurs expériences professionnelles dans la téléphonie mobile, ce trentenaire Marseillais voulait franchir le cap et « lancer sa boîte ». Avant d'en déposer les statuts le mois dernier en optant pour le régime de l'auto-entrepreneur, il a éprouvé son business plan sur le site web de ventes aux enchères.

« eBay m'a permis de mettre facilement le pied à l'étrier, à moindres frais », explique Thomas Martin, qui commercialise des accessoires pour téléphones portables - housses, chargeurs et kits mains libres - sous l'enseigne Acces-Story.

« C'est un secteur que je connaissais, poursuit-il, mais je voulais tester les produits, leur rentabilité, et surtout identifier les coûts. J'ai aussi pu me confronter aux problèmes d'approvisionnement. En janvier,

par exemple, un conteneur d'un de mes fournisseurs est resté bloqué à cause du Nouvel An chinois, et je me suis retrouvé sans stock, avec des clients en attente de livraison ».

Bientôt un site marchand en propre

Rapidement, Thomas Martin a acquis la conviction que son affaire pouvait tourner. « La concurrence est réelle sur eBay, mais en ven-

dant 300 pièces par mois, je peux dégager un salaire d'environ 1.500 euros », estime-t-il. Il compte donc conserver sa boutique chez le géant mondial de la vente en ligne. « C'est le leader du marché en termes de flux, mais ce n'est pas suffisant. Je me suis aussi diversifié sur Priceminister et sur Amazon ». D'ici à six mois, il envisage également de mettre en ligne son propre site web marchand.

G.D.