

Du «fun» face à la réalité

Ghislaine Bloch

Faire de ses achats sur le Net une loterie permanente, l'idée de Cherry Checkout est ludique. Le concept avait fait fureur au Startup Weekend de Lausanne et reste divertissant. Mais cela suffit-il pour créer une société rentable? Quand bien même les trois fondateurs limitent au maximum leurs frais – par exemple en s'abstenant d'un loyer de bureau fixe – ils se heurtent à la problématique de l'e-commerce. Ou, plutôt, à la prolifération des petits sites marchands et donc à un travail commercial gigantesque, auquel ils n'étaient peut-être pas assez préparés. Comme bon nombre de jeunes entrepreneurs, d'ailleurs.

Et si LeShop ou eboutic.ch, des références romandes, leur faisaient confiance? Ces «grands» attendent de voir comment le concept fonctionne chez les petits. Quant aux plus modestes, apeurés face à la nouveauté, ils temporisent afin de voir si les leaders l'adoptent. Bref, dans ce serpent qui se mord la queue, que fait le bouillonnant fondateur de Qoqa.ch? Si Pascal Meyer, qui incarne en Suisse romande la «fun attitude», n'adhère pas, du moins pas encore, c'est un signe: les fondateurs de la start-up genevoise ont besoin de renforcer leur marketing. Sinon, leur idée s'évanouira très vite.