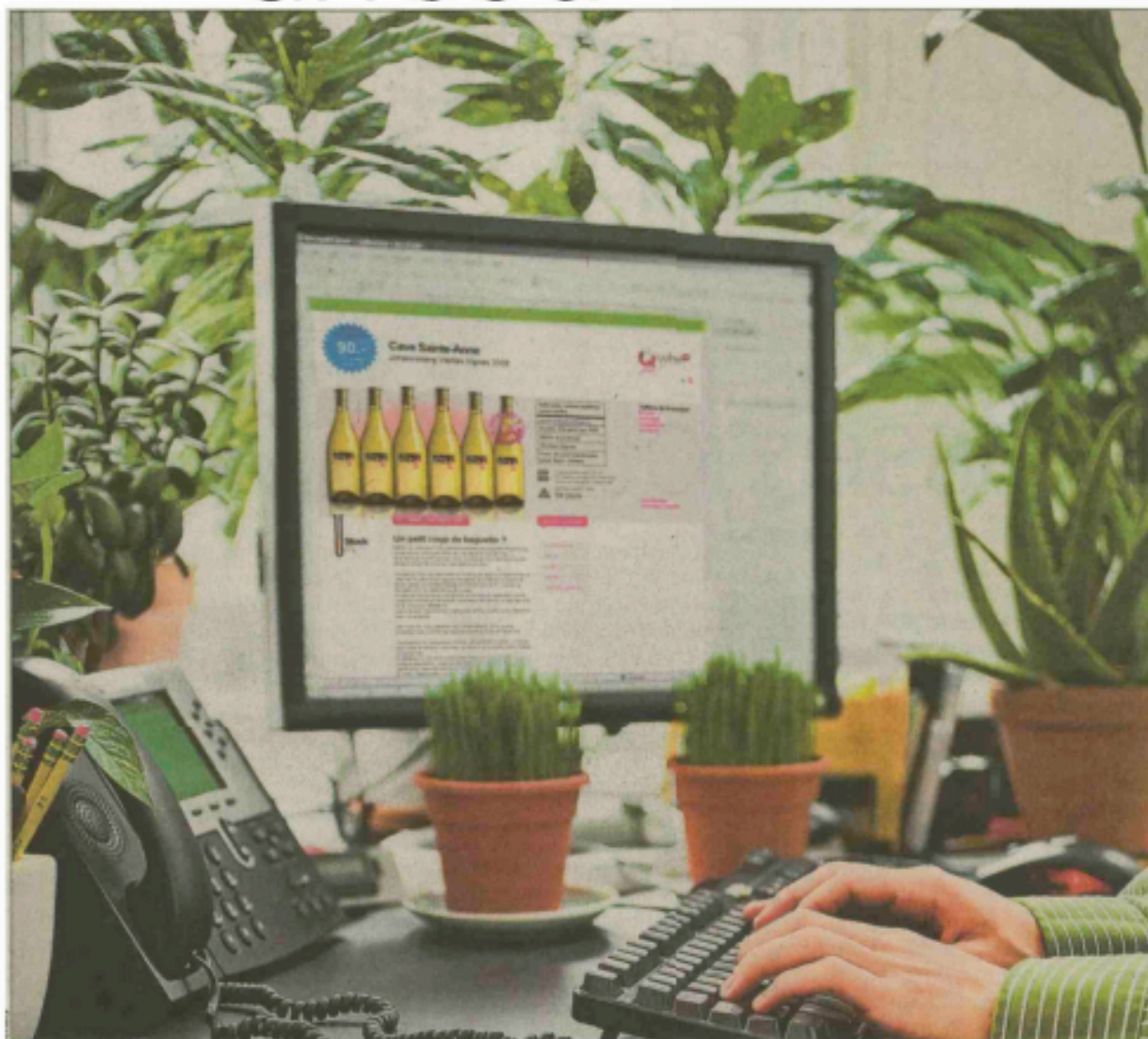


eboutic.ch

LE 1^{ER} SITE DE VENTES PRIVÉES

J'achète vite pour pas un sou



Qwine.ch est le portail de qoqa.ch permettant d'acheter des vins à prix réduits. La durée de l'offre est limitée.

La tentation de l'achat superflu

«J'achète, j'achète pas?» Si l'acheteur potentiel devait se montrer hésitant, tout est conçu pour qu'il finisse par craquer. A commencer par l'affichage en bonne place du temps et du stock restant... Des méthodes que Mathieu Fleury, secrétaire général de la Fédération romande des consommateurs, compare volontiers à celles qui font le succès – et le piège pour l'acheteur – des soldes. «Ce genre de méthodes peut pousser les gens à acquérir des biens dont ils n'ont pas besoin, prévient-il. Particulièrement sujets à l'endettement, les jeunes s'avèrent les plus perméables à ces techniques marketing, érigées ici au rang de business plan.»

LIVE-SHOPPING

Des remises jusqu'à 80% sur des produits griffés ou high-tech pour qui se décide vite, très vite. Cette nouvelle forme d'achat en ligne connaît un succès exponentiel. Mais prudence, elle favorise les comportements compulsifs.

ESTELLE TRISCONI

«Un truc inutile et qui sert à rien... M'en faut absolument deux!» C'est en ces termes que «lince77» a passé commande en ligne d'un T-shirt peu banal, intégrant une guitare électrique. L'intéressé s'est manifesté à peine l'objet fut-il mis en vente sur qoqa.ch. Peu après minuit...

Pas de quoi étonner Pascal Meyer, fondateur du site, créé en 2005 déjà. Au contraire: «Nos ventes atteignent un pic exceptionnel entre minuit et 1 h du matin», rapporte-t-il.

«Une bataille avec les fournisseurs»

Voilà qui laisse deviner l'ampleur du phénomène dit de *live-shopping*. Ou de *club-shopping*, un concept identique à la différence que l'inscription est obligatoire. Le principe: acheter à prix cassés des produits dont la quantité et la disponibilité se révèlent très restreintes. Jusqu'à un seul

article par jour pour qoqa.ch, qui a écoulé ce jour-là la quasi-totalité de son stock de

T-shirts loufoques.

Il faut dire que la remise de 50% offerte sur le T-shirt (29 francs au lieu de 59 francs), se veut imbattable. Dans ses bureaux de Bussigny, Pascal Meyer y veille: «En amont, nous livrons une vraie bataille avec les fournisseurs. Notre offre doit être la meilleure du Net et d'ailleurs», déclare celui qui s'autoproclame avec humour «Robin des Bois des bonnes affaires». Une exigence qui paie. Depuis l'importation avant-gardiste du concept depuis les Etats-Unis en 2005, et en dépit d'une «très faible» marge prélevée sur la marchandise, la société a vu son chiffre d'affaires bondir de 400 000 francs à plusieurs millions de francs. De quoi procurer du travail à une dizaine de collaborateurs.

Une formule *win-win*. Y compris pour les marques, toujours plus enclines à faire le premier pas, qui trouvent là un moyen discret de liquider leurs invendus. «Leur but est parfois de provoquer un buzz, ou de faire simplement de la pub. Car il y a des chances que ceux qui ratent notre offre se rendent chez le fournisseur.»

Douze sites de plus l'an dernier

Site à l'esprit communautaire et décalé, qoqa.ch totalise 90 000 membres et 70 000 visites quotidiennes. Une affluence «énorme», qui n'empêche pas Pascal Meyer de surveiller de près l'évolution de la concurrence. Rien que l'an dernier, une douzaine de sociétés de *live-shopping* ont vu le jour. «Plusieurs par mois font leur apparition», observe Peter Dügge, rédacteur auprès de comparis.ch. Une jungle féroce, où les nouvelles recrues risquent à tout moment la déconfiture.

A condition de savoir se raisonner (*lire ci-contre*), l'acheteur est le vrai gagnant de cette émulation. Une remise de 30%, de 50%, voire de 80%: même avec les frais d'expédition d'une dizaine de francs, il réalise de bonnes affaires. Mais mieux vaut être réactif: «Le gros de nos ventes se conclut le premier jour», assure Laure de Gennes, cofondatrice de eboutic.ch, une plate-forme chère aux femmes actives de 25 à 40 ans qui «recherchent des marques» et «qui n'ont pas forcément le temps d'aller faire les boutiques le week-end». Et elles sont nombreuses: le site fidélise 450 000 internautes... ■