

Propos recueillis par Jean-Michel Garnier

L'e-commerce clé en main

En mai 2009 est née la société emaloja, une « joint venture » des sociétés Cobweb Development Sàrl, spécialisée en e-commerce et STAR Logistique (RDV SA), active en e-logistique. Cette nouvelle entité offre l'extrême souplesse de ses services à ceux qui souhaitent se lancer dans le e-commerce. Rencontre avec Fabrice Léger, co-fondateur d'emaloja.



Fabrice Léger
et Cédric Ricou,
créateurs d'emaloja

Pourriez-vous nous expliquer en quoi consiste la parfaite complémentarité qu'implique ce joint venture réalisé pour la création d'emaloja ?

Fabrice Léger : Depuis 1996, la gestion de produits web est la spécialité de Cobweb. Nous sommes capables de gérer un projet de A à Z. De la feuille blanche à tout ce que le client souhaite mettre dans son site web.

Dirigé par Cédric Ricou, la société Star Logistique se positionne comme une plateforme de logistique globale. Elle peut apporter une solution appropriée sur le plan de l'approvisionnement, de la gestion de stock et de la distribution de produits fins, dangereux ou de valeur (horlogerie, parfums, maroquinerie, etc.). Il y aura bientôt deux ans, nous nous sommes rencontrés. Voyant que le marché du e-commerce bougeait, nous avons commencé à discuter, à échanger nos visions de l'e-commerce et de la logistique. Le projet a gentiment fait son chemin. Pour proposer une prestation commune de service, nous nous devions d'avoir le même langage. La création d'emaloja en est l'aboutissement.

Avec une idée en tête d'un site e-commerce, il suffit de venir vous voir. Vous apportez le montage et la gestion du site ainsi que toute la gestion logistique du catalogue ?

Exact. Si l'on vient nous voir avec une idée de site marchand, nous pouvons proposer une solution adaptée pour commencer à vendre, pour ainsi dire, dès le lendemain. Avec une réelle valeur ajoutée: être capable, lors d'une commande qui se fait sur un site e-commerce, d'avoir une relation directe avec le dépôt où se trouve la marchandise. L'idée est d'offrir à nos clients, de la commande à la facturation, un interlocuteur unique qui regroupe toutes les compétences, tous les savoirs nécessaires à la réussite d'un projet e-commerce. Au final, le savoir-faire de nos deux sociétés, regroupées dans emaloja, représente bien plus que la simple addition des deux.

Le but final d'emaloja est donc de permettre aux clients de ne s'occuper que de leur core business ?

Oui. Le client d'emaloja doit pouvoir se concentrer uniquement sur sa spécificité, sa capacité d'acheter les bons produits parce qu'il connaît bien son marché, à bien négocier avec ses fournisseurs... Et se focaliser sur ses ventes et sur ce qu'il peut faire pour les améliorer.

Toute la partie « physique » du site marchand est entre vos mains ?

Effectivement, emaloja, c'est un peu comme fournir une arcade « clé en main », avec son système d'approvisionnement et de livraison déjà en place, déjà rodé et performant. Tout cela est inclus d'entrée de jeu. Il ne reste au client qu'à s'occuper de son cœur de métier et mettre en place le marketing et la publicité.

Dans une solution e-commerce, l'aspect stockage est un point important, physiquement et financièrement.

Pas avec notre solution. Pas besoin de s'engager sur dix ans en prenant un dépôt de 300 m², et de n'en utiliser que 100 dans les premiers temps. Nous sommes capables de proposer tout type de stockage, du plus fragile au plus résistant, même sous douane. Notre métier est de savoir gérer la croissance de tous les entrepreneurs qui veulent entrer dans le monde du e-commerce, qu'ils soient une start-up qui démarre son activité ou une PME, ayant pignon sur rue, qui décide de s'ouvrir au e-commerce en complément de son activité commerciale habituelle.

Où en êtes-vous depuis le jour de la création d'emaloja ?

Actuellement, nous avons trois stocks différents. Nous sommes à la recherche d'un dépôt central afin de tout regrouper et de poursuivre ainsi notre développement. Cet été, ce point sera résolu. Au niveau des solutions e-commerce, nous avons déjà des clients. Nous avons démarré notre prospection en janvier 2009. C'est une démarche classique car nous désirons principalement consolider l'aspect prestation de service afin d'être capable de croître sans accroc.

Si pour un entrepreneur, emaloja représente effectivement « économie et souplesse », en faisant affaire avec vous, à quoi s'engage-t-il ?

Tout est calculé selon l'utilisation de l'ensemble ou d'une partie de nos prestations. Sur la base d'un cahier des charges fourni par l'entrepreneur, celui-ci obtiendra le plus possible de propositions en frais variables, compte-tenu de son développement.

Cernant la solution e-commerce, c'est la complexité du site qui définira le budget et le délai de mise en place. Un site e-commerce autonome n'aura pas le même coût qu'un site e-commerce qui doit être connecté et synchronisé avec le système de gestion de l'entreprise.

En logistique, il en va de même. Pour le stockage des produits, le gros avantage est d'être toujours au plus juste par rapport au développement du business du client. C'est avec ce genre d'éléments que nous offrons une réelle plus-value. Nous étudierons avec le client ses besoins exacts, le type de marché, de fournitures, de stockage de ses produits, la préparation des commandes, la facturation, le transport en Suisse ou à l'étranger, le retour et l'échange du produit... Chaque point a un impact sur le prix. Mais il ne sera facturé au client que ce qu'il utilisera. Au final, cela peut sembler beaucoup, mais bien moins que si ce client avait tout fait de son côté, comme pour la création d'une société habituelle. Avec emaloja, nous minimisons les risques de tous les entrepreneurs qui désirent faire le pas du e-commerce. ■



emaloja

www.emaloja.com