



## Actualité analyse

# L'e-commerce passe dans le dur

*Ses champions ouvrent des magasins et des showrooms pour élargir leur clientèle.*

**F**aut-il ouvrir des magasins quand on est un « pure player » du e-commerce ? La question taraude tous les marchands en ligne. A commencer par le plus puissant : Bloomberg a révélé qu'Amazon avait envisagé d'acheter la chaîne Whole Foods Market et ses 460 points de vente aux Etats-Unis. A une autre échelle, le 18 avril, la start-up Tediber, qui vend des matelas sur Internet, a inauguré son premier show-room dans la cité Paradis, à Paris. « *Le but est d'incarner notre marque, nos valeurs, notre univers* », dit Aude du Colombier, cofondatrice de Tediber, qui offrait pourtant déjà la possibilité d'essayer chez soi son matelas pendant cent jours. L'opticien en ligne Sensee, qui propose de tester une monture à

domicile pendant dix jours, a lui aussi franchi le pas : l'entreprise créée par Marc Simoncini a ouvert quatre points de vente après avoir constaté en 2015 que le marché ne décollait pas sur le Net. Et le site de mobilier design Made.com a ouvert une boutique dans la capitale. Pour sa DG France, Jessica Delpirou, les « *clients ont besoin de voir et de toucher pour valider le concept* ». « *Jamais Sarenza n'aura de boutiques*, tranche en revanche Stéphane Treppoz, son PDG. *Cela coûte trop cher pour présenter 2% de l'offre de chaussures en ligne. Je préfère investir dans le service avec la livraison gratuite en 24h.* » Son concurrent Spartoo a fait le choix inverse. Mais son réseau d'une quinzaine de magasins n'est pas rentable.



**Showroom de Tediber, cité Paradis à Paris. C'est le premier « espace en dur » du vendeur de matelas sur Internet, il a été inauguré le 18 avril.**

« *Les gens s'informent sur Internet et achètent en magasin, ou parfois le contraire*, arbitre Nicolas Riou, auteur du *Consommateur digital* (éd. Eyrolles). *Mais ils ont envie d'expériences que seul un show-room peut offrir.* » La création d'un réseau physique se justifie donc s'il offre des services exclusifs comme chez LDLC, le site de high-tech qui compte 22 points de vente. Chacun y dispose d'un atelier où l'on peut construire son PC sur mesure et ses vendeurs sont des experts. Mieux qu'Internet. **K. M.**