

Des boissons par Internet?

En 1998, il n'était pas évident de lancer un shop pour vendre des boissons à domicile. Nous connaissons tous les aléas du projet *leshop.ch* qui semble avoir trouvé sa position. Une entreprise MDL medialand SA souhaitait monter en puissance et créer un shop en ligne. Des partenaires ont été trouvés, il y a cinq ans déjà et le site *www.boissons.ch* s'est développé.

Narcisse Nicklass
www.invention.ch

À u début, il y a toujours une idée. Mais passer au stade concret, la mise en œuvre, implique des risques, des moyens et du boulot. MDL medialand a réussi à convaincre 12 entreprises indépendantes de la distribution de boissons à exploiter en commun une plateforme Internet.

Du concept à la mise en ligne, le délai a été assez court (3 mois). Pour le suivi de l'exploitation et le développement, les procédures internes au groupe ont été un peu plus laborieuses. Certains avaient adhéré au projet mais n'y croyaient pas vraiment, quatre partenaires n'avaient pas d'adresse e-mail pendant plus d'un an. MDL medialand passait les commandes par fax (...)

L'évolution

Rapidement, certains membres ont commandé leur propre module, leur site individuel, afin de pouvoir enrichir l'offre et d'autres services aux visiteurs. En 2002, paf, un partenaire important quitte l'association du GDI et lance son propre site. Ces manœuvres impliquent une certaine convoitise sur l'adresse *www.boissons.ch* qui incontestablement est leader sur son marché. D'autres changements importants ont marqué la distribution des boissons en Romandie: Feldschlösschen a vendu sa distribution à domicile, Henniez cédé Stehrengerger à Heineken. Le

GDI a fondé une SA et de nouveaux membres sont venus renforcer ses rangs: Gauch, Caves des Roches à Guin, Boissons Corboz à Bulle (FR) et Dejardin Frères à Romanel-sur-Lausanne (VD).

Le présent

Le site *www.boissons.ch* maintient le cap, mais il faudrait allumer le deuxième étage de la fusée. Constantement, la base de données a été enrichie. Mais il manque des offres spectaculaires réservées aux internautes.

Par période, un concours dynamique est ouvert mais la planche des prix mérite un petit effort. Un coin juniors en ligne et sera développé... Ce site mérite d'aller au-delà de sa simple vocation utilitaire: permettre de passer des commandes.

Le pourquoi de la réussite

Si MDL medialand a pu compter sur une agence de communication – *www.raa.ch* – pour illustrer d'une manière originale le site avec un saint-bernard en action, le secret du succès est ailleurs. En effet, il est relativement facile d'ouvrir un shop en ligne mais quand les objets sont encombrants, comme les caisses d'eau, il faut assurer la livraison. Dès son lancement, *www.boissons.ch* a pu compter sur une flotte de véhicules, des stocks sur le territoire et toute l'organisation du GDI pour la livrai-

son. Son président, Heinz Liechti, maintenant président de la société anonyme, est bien conscient de l'enjeu. Il sait qu'Internet est maintenant une donnée incontournable d'un bon service à la clientèle.

Le futur immédiat

Il serait important que les visiteurs du site puissent bénéficier d'offres alléchantes. Le concours devrait être plus attractif et les services annexes pourraient être développés. Par exemple en été, le visiteur devrait pouvoir commander du charbon de bois et en hiver, du chocolat. Ce pourrait aussi être un forum pour discuter des plaisirs de la table et échanger ses bons tuyaux pour les vins, la gastronomie et la santé... Naturellement, il n'est pas simple pour un groupement d'indépendants d'avoir une vision commune.

Il a pu constater cet été qu'avec la chaleur, le nombre de commandes a fortement augmenté, alors que le montant des achats a par contre légèrement baissé en moyenne par visiteur. Deux explications: avec la chaleur, moins de vin mais plus d'eau et peut-être grâce à Internet, les clients font une gestion des commandes plus fine.

Notons encore que la livraison se fait sur facture donc aucune crainte pour la question des paiements sécurisés. ■

