

Berceaumagique.com inonde les bébés de cadeaux

Lancer un site marchand d'articles pour bébés et jeunes parents après l'explosion de la bulle internet, le challenge n'avait rien d'évident. Mais la société Megara, editrice de www.berceaumagique.com, a su bâtir le succès d'un outil novateur pour ses fournisseurs et clients.



Charlotte Gaillard et l'équipe de Berceaumagique.com : quand une grosseuse difficile donne naissance à une belle entreprise de vente en ligne d'articles pour bébés.

La naissance de Berceaumagique.com commence par une grosseuse difficile. Attendant son premier enfant, Charlotte Gaillard, cadre de Gemplus, se retrouve clouée chez elle. Faute de pouvoir se rendre dans les magasins, la jeune femme parcourt le web en quête de produits pour bébés.

Nous sommes en 2002. La «bulle internet» vient d'exploser. L'offre lui paraît bien limitée. Dans l'esprit de cette spécialiste en marketing, une idée germe : pourquoi ne pas créer un site dédié aux cadeaux de naissance et de baptême ?

Quand elle reprend son poste après l'arrivée de sa fille, Gemplus prépare son deuxième plan social avec des conditions très avantageuses pour les volontaires au départ et s'engage même à soutenir la formation et les investissements de futurs créateurs d'entreprise.

«La perspective de me retrouver à mon compte ne m'attirait pas vraiment, mais j'ai saisi l'opportunité, en mettant tout en œuvre pour bien préparer mon projet».

Elle réalise une étude de marché, suit le cursus «Créer» de l'Institut régional pour la création d'entreprise (Irce) à Aix-en-Provence, entre en pépinière à Aubagne, puis

Toulon. «Je voulais une vraie société, pas un statut libéral» précise-t-elle.

Née en 2003, la Sarl Megara se dote d'un capital de 15 000 euros. Par appel d'offres, elle choisit une agence parisienne pour concevoir «sur-mesure» le site internet www.berceaumagique.com, un nom qu'elle protège avant sa mise en ligne en 2004.

Dans le même temps, elle parcourt les Salons professionnels pour convaincre des marques spécialisées de tenter l'expérience de la vente sur internet par son biais.

«A leurs yeux, je cumulais tous les handicaps : jeune, femme et maman, n'ayant travaillé ni dans le commerce, ni dans l'internet. Je leur ai vendu l'idée comme une «boutique en ligne» et je me suis acharnée jusqu'à ce qu'ils disent oui, en les assurant que je ne brade-rais pas leurs gammes».

L'originalité pour se démarquer

Comment a-t-elle construit son offre ? «J'ai d'abord prospecté les fabricants de produits Made in France, mais au bout d'un an j'ai dû

élargir à l'étranger». Elle applique des conditions de fonctionnement semblables à une vraie boutique, «comme un Galeries Lafayette du bébé» dit-elle, constitue un petit stock sur quelques références, propose d'autres articles à la commande (broderies, bijoux, tableaux personnalisés...) en nouant des partenariats avec des créateurs, s'engage sur des délais de livraison. En 2004, Berceaumagique.com compte un millier de produits sur une vingtaine de marques. Pour le promouvoir, elle s'appuie sur des experts en référencement sur les moteurs de recherche, offre des cadeaux dans les concours de magazines tels qu'Enfants ou Family, va au Salon du Bébé à Paris.

Elle travaille l'originalité de ses services : il est ainsi possible d'établir des listes de naissance ou de baptême, sous forme de mini-catalogue en pdf, expédiables à la famille et aux proches !

Avec certaines marques, elle obtient



Charlotte Gaillard : «Si Berceaumagique.com a réussi à devenir un leader sur son marché, c'est parce que nous avons conçu le site sérieusement dès le départ et que nous avons toujours essayé de proposer des services innovants pour le rester».

même une exclusivité. «La concurrence s'est accrue, mais nous continuons de monter en gamme par le choix et la qualité pour nous démarquer».

L'an dernier, l'entreprise réalisait 850 000 euros de chiffre d'affaires. Elle prévoit 1,5 million d'euros en 2008. Aujourd'hui, le site inventorie 7 000 produits d'une centaine de fournisseurs et 160 000 internautes le visitent chaque mois.

«Il ressemble à ce que je voulais qu'il devienne» assure Charlotte Gaillard. «Mais je n'ai pas fini de le faire évoluer».

Fiche d'identité

- **Nom** : Megara.
- **Nom commercial** : Berceaumagique.com
- **Siège social** : Toulon.
- **Chiffre d'affaires 2007** : 850 000 euros (+ 84 % par rapport à 2006).
- **Références** : 7 000 (bijoux, orfèvrerie, linge, décoration, accessoires, mobilier, jouets).

Et demain...

Charlotte Gaillard envisageait dans son business-plan initial un développement international. La marque a même été déposée pour l'Europe. Elle l'entame cette année, avec une traduction du site internet en anglais, espagnol et italien, le recrutement de conseillers bilingues et la prospection de nouveaux créateurs étrangers.

Sur le site, elle intègre une présentation audiovisuelle des produits. «C'est pratique pour choisir une boîte à musique» dit-elle. Et pour entretenir le lien avec la clientèle, elle a créé une newsletter.