

# La famille Berceaumagique déménagement pour mieux grandir

**Ça buzze** Déménagement, campagne publicitaire, création d'événements, extension sur les réseaux sociaux, le site toulonnais Berceaumagique développe sa visibilité et son ancrage local

Charlotte Gaillard est toujours en mouvement. Sans doute pour ne pas le perdre. Dans le domaine du e-commerce, « Il faut tout le temps se remettre en question, s'améliorer en permanence, être très réactif, tester les choses pour ne pas être dépassé », plaide-t-elle. La fondatrice de Berceaumagique, le site spécialisé dans les cadeaux pour bébés, tape tous les jours à la porte de l'innovation avec, en tête, le souci de sécuriser ce que la société sait déjà faire. « Il y a très peu de marges dans le e-commerce. Ça a tendance à s'écraser. Donc il nous faut du volume. » L'optique du volume est l'un des axes prioritaires dans la stratégie de développement de la société Mégara, éditrice du site. De même que l'accompagnement de la cible : les futures mamans.

## Faire face à une croissance forte

En 2017, les « exauceurs de souhaits » (c'est le slogan de la marque-enseigne) vont en réaliser un pour eux-mêmes : déménager dans un espace plus grand. Charlotte Gaillard vient d'acheter un ancien bâtiment de France Telecom situé en bordure de route à l'entrée ouest de Toulon : 1 200 m<sup>2</sup> avec toit-terrasse plus une dépendance et un petit extérieur. De quoi consolider l'activité principale de l'entreprise avec un espace de stockage plus grand, assoier le projet d'ancrage local et développer l'esprit communauté avec l'accompagnement des jeunes parents.

« Avec un chiffre d'affaires de 5,2 M€ en 2016 (+14 %), on franchit un cap. On a reçu 103 000 commandes (+20 %). La croissance est déjà forte en 2017, et difficile à encaisser. On a créé huit postes l'année dernière. On est 33 maintenant. Il nous faut plus d'espace. On doit déménager vite. Il y a plus de travail sur le service après-vente, la préparation des commandes. Actuellement, La Poste passe jusqu'à quatre fois par jour sur le site de stockage. »

Le déménagement de la partie logistique est prévu en octobre, ce qui doublera l'espace de stockage. Les bureaux suivront en février 2018. « On quitte la zone franche qui a permis que la société grandisse. » Le futur bâtiment offrira 300 m<sup>2</sup> par étage. La société pourra ouvrir un accueil client avec un lieu de démonstration produits et un espace conseil. « Ça permettra



**Charlotte Gaillard : « On doit aller de plus en plus vite. Les modes changent tout le temps. Aussitôt qu'on a fait quelque chose, on est déjà dépassé. »** (D.R.)

de montrer aux clients la vie de l'entreprise. » 100 m<sup>2</sup> seront consacrés à un espace zen, détente avec canapé, baby foot, café, vestiaires et douches pour les salariés, plus un jardin sur le toit. « Pour la détente, je me suis inspirée des espaces de TVT. L'entreprise a un côté convivialité qu'on affirme de plus en plus. C'est important pour la cohésion. On aimerait aussi une petite salle vidéo pour réaliser les films sur nos événements<sup>1)</sup>. L'annexe servira de salle de réunion. Et pourquoi pas la louer aux entreprises, aux sages-femmes pour la préparation à la naissance... »

## Gagner en fluidité

Dans le même temps, Charlotte Gaillard planche sur le management. « Quand une société franchit le cap des 30 personnes, il faut structurer le management. On a un gros travail sur l'organisation interne. Tout doit être très fluide entre les équipes. » En 2016, la société Mégara a été retenue par TVT Innovation pour le programme Futurs Champions. Cela représente un accompagnement de 30 000 €. « Le programme de TVT a permis de reposer les valeurs

de l'entreprise. Il fallait une feuille de route écrite, un document de référence pour les équipes, avec des réponses claires qui permettent que les décisions ne passent pas systématiquement par moi. C'était évident pour moi, mais je ne percevais pas que ça manquait à mes équipes. »

La société a également gagné en fluidité grâce à un abonnement à Facebook Workplace, un réseau intranet qui permet une communication directe, rapide entre les membres et une réactivité indiscutable, selon la présidente de la société.

Pour aller encore plus loin, la chef d'entreprise a mis en place quatre comités transverses qui réfléchissent à l'amélioration des services et au développement. « Avec le nouveau bâtiment, on prévoit de doubler la taille de l'entreprise. Et monter jusqu'à 60-65 personnes. Ça se prépare. Aujourd'hui on est encore en auto-financement et on n'arrête pas de grandir. » Charlotte Gaillard a signé l'achat du bâtiment le 9 mars et déposé son permis de travaux le 10.

CATHERINE HENAFF  
chenaff@nicematin.fr

[www.berceaumagique.com](http://www.berceaumagique.com)

<sup>1)</sup> Mégara a créé un premier événement dédié aux futures mamans en janvier. Le prochain est programmé le 13 mars.

## Focus

Berceaumagique.com, créé et édité par la société Mégara, est un site marchand multimarque de cadeaux et d'équipements pour bébés. Fondé par Charlotte Gaillard en 2002, alors qu'elle était enceinte et au repos forcé à la maison. Après avoir cherché en vain sur Internet de beaux articles pour son premier bébé à naître, elle a créé une boutique en ligne mettant en avant des valeurs qu'elle résume sous ce slogan : « Exauceur de souhaits » : relation étroite avec la clientèle, service de qualité, conseil. Toutes les opérations sont réalisées en interne, y compris la partie technique web pour plus d'autonomie et de réactivité. Charlotte Gaillard a rejoint l'association nationale Croissance Plus. Elle est membre du Centre des Jeunes Dirigeants (CJD). Elle a reçu une dizaine de distinctions dont le Trophée commerce Femmes chefs d'entreprises, le Prix Jeune Entreprise Club de l'éco Var-matin, le Trophée communication Var up, le concours national de l'Internet Manager Club, le Trophée Femmes de l'économie. Sa success story a été choisie pour la campagne #LancezVous de BNP Paribas. Mégara est partenaire de l'ONG Amref Flying Doctors.

## Chiffres clés

### ■ Chiffre d'affaires.

CA 2013 : 2,95 M€. CA 2014 : 3,65 M€. CA 2015 : 4,5 M€. CA 2016 : 5,2 M€.

■ **Le site.** 34 000 produits. 350 marques. 380 000 visiteurs uniques par mois (Google Analytics janvier 2017). Plus de 3 100 000 pages vues par mois. 103 000 commandes en 2016.

■ **L'investissement.** 1,5 M€ pour l'achat du bâtiment. Plus les aménagements.

■ **La clientèle.** Plutôt CSP+, résidant pour 25 % en région parisienne et 10 % à l'étranger. 85 % de femmes, en général actives, enceintes ou maman de 1 à 3 enfants. 15 % d'hommes, futurs papas, jeunes papas ou parrains.

« Au-delà de 30, il faut structurer le management. »