

ENTREPRENEURS

Ils créent leur marque de lacets et se lancent dans l'e-commerce

Publié le lundi 25 juin 2012 à 06h00



Caroline Chia et Sylvain Bayet tablent sur 100 commandes par jour et 500000 E de chiffre d'affaires en 2013.



Sylvain Bayet, directeur d'une agence web, a trouvé avec son associé, une niche qui marche. Meslacets.com leur a déjà permis d'écouler 16 000 paires de lacets colorés.

CLAIRE LE NESTOUR > lille@nordeclair.fr

Un site internet ludique, des lacets made in France et une pochette cadeau façon boîte à bonbons : Julien Bayet et Sébastien Fourcroy ont apparemment trouvé la recette du succès sur le web.

L'aventure a commencé par un mauvais matin. « Mon lacet a cassé, comme tous les deux mois. J'ai filé au supermarché et je me suis retrouvé devant un rayon morose. » Dans son malheur, Sylvain Bayet a une chance ; il est directeur d'une agence web qui fournit, clé en main, des sites web à des marques comme Princesse Tam Tam ou le Comptoir des cotonniers. Chaque année, il propose à son équipe de plancher sur un projet « perso » pour éviter la frustration de toujours créer des sites « pour les autres ».



Diffusé sur

WWW.NORDECLAIR.FR

Lundi 25 Juin 2012

Vingt-cinq pays et 350 modèles

Quelques mois ont passé : Sylvain et son associé ont tissé une relation de confiance avec leurs deux fournisseurs, à Comines et Cholet. Ils font fabriquer des lacets ronds pour les chaussures de ville, plats pour les baskets. Du riquiqui pour les enfants, jusqu'à 1,80 m de long pour les patins à glace. Rouge, blanc, rose, violet, bleu, orange... En tout, ce ne sont pas moins de 350 références qu'ils stockent dans une petite salle derrière les bureaux de l'agence. Depuis octobre 2011, 16 000 paires se sont déjà écoulées. Les deux associés ont même dû embaucher Caroline Chia pour éviter de passer leur matinée à emballer les petits paquets.

Couleur tendance chez les hommes d'affaires

« Curieusement, la plupart de nos clients sont des hommes qui commandent des lacets ronds de 75 cm pour des chaussures de ville, note-elle. La couleur est devenue tendance chez les hommes d'affaires. Nous avons aussi notre petit succès auprès des ados. » Basée à Marcq-en-Baroeul, l'entreprise a d'abord séduit une clientèle régionale grâce au bouche à oreille avant d'étendre l'envoi de ses commandes à vingt-cinq pays.

Là où les associés ont encore une carte à jouer, c'est auprès des réseaux de distribution. Ils ont passé un accord avec sarenza.com, un des leaders de la vente de chaussures sur le web. Désormais, ce mastodonte vend les lacets de Marcq au même prix que sur leur site. meslacets.com est devenue une marque à part entière. Au point de séduire Christian Louboutin, l'homme aux chaussures noires à semelle rouges. Le créateur a passé commande pour ses nouvelles collections et les lacets à moins de 7 € sont désormais en vente dans la cordonnerie haut de gamme du Parisien.

Et puis, il y a des surprises. Comme celles qu'ont eues les clients d'un grand traiteur de Roland-Garros. À table, leurs ronds de serviette étaient en lacets, couleur terre battue, évidemment.w