

Le linge jetable promu par une entreprise rémoise

Kit Linge France commercialise du linge (de lit et de toilette) jetable pour les locations de vacances des professionnels et des particuliers en vantant des avantages économiques, pratiques et écologiques.

Plus économique, plus écologique, plus propre et plus pratique en terme de logistique, le linge jetable n'a que des avantages selon Sylvie Coupechoux, créatrice de l'entreprise Kit Linge France en janvier 2015. Cette ancienne infirmière de profession a d'abord découvert le linge de lit et de toilette jetable pour des raisons hygiéniques. « C'est la garantie d'avoir un linge véritablement propre en simplifiant la gestion logistique des professionnels et des particuliers qui proposent des locations de vacances. Quand j'ai constaté qu'aucune offre de linge jetable (fabriqué en Chine) n'existait en France, j'ai tout de suite identifié le potentiel de ce marché », indique la créatrice qui vit cette aventure entrepreneuriale avec son mari Jean-Paul et un de ses enfants, Kévin.

La création de sa société s'est naturellement basée sur le e-commerce, après avoir suivi une formation organisée par la Chambre de Commerce et d'Industrie et avoir trouvé le prestataire informatique idéal par ce biais : « Nous arrivons en première page des moteurs de recherche grâce au référencement

naturel de notre site kit-linge.com que nous faisons vivre comme une vitrine de magasin. Nous envoyons aussi un e-mailing ciblé qui donne des résultats. Nous proposons du linge de lit (drap, couette, oreiller, alèse...) dont la durée de vie va des courts séjours à près de trois semaines. Nous vendons aussi du linge de toilette (serviette, gant...) et également des kits d'accueil (chaussons, éponge, torchon...). Si le site internet constitue le point d'entrée de sa clientèle et parvient à convaincre les particuliers, elle reconnaît toutefois qu'il est nécessaire de se déplacer pour présenter le linge jetable aux professionnels.

LE LINGE JETABLE A GAGNÉ EN QUALITÉ

Sylvie Coupechoux insiste dans ce cas sur les atouts du linge jetable qui est recyclable, biodégradable ou incinérable et donc plus écologique que le recours à une blanchisserie en raison de l'impact des lessives sur l'environnement. « Pour le loueur, cela simplifie aussi considérablement la logistique en n'ayant pas besoin d'emmener puis récupérer son linge. Le gain de temps est important et le coût global est

aussi réduit », assure-t-elle comme avantages sur le plan économique.

Loin de simplement jouer les intermédiaires en vendant des produits made in China, Kit Linge France a fait fabriquer une offre qualitative : « Le linge jetable avait, à juste titre, mauvaise réputation. Nous avons rédigé un cahier des charges pour que nos fournisseurs chinois créent des produits satisfaisants et confortables pour le client. Nous avons fait réaliser plusieurs prototypes ». Pour les particuliers, Sylvie Coupechoux compose elle-même des colis sur-mesure en fonction des tailles, des quantités et des produits commandés.

SÉDUIRE DES PROFESSIONNELS DES LOCATIONS DE VACANCES

Aujourd'hui, la clientèle de sa société (en France et dans les pays frontaliers) se répartit équitablement entre les particuliers et les professionnels, mais la créatrice, qui table sur une multiplication par dix de son chiffre d'affaires en 2017, espère bientôt décrocher un important contrat auprès d'une structure de location de vacances. Même si la tendance est dynamique chez les particuliers grâce à des sites comme



Sylvie Coupechoux, entourée de son fils Kévin et de son mari Jean-Paul, stocke pour l'instant une partie du linge jetable chez elle, à Bezannes.

Airbnb, c'est donc bien auprès des professionnels que Kit Linge entrevoit un potentiel de développement qui pourrait conduire l'entreprise à

rapidement se structurer pour continuer sa croissance.

PHILIPPE DEMOOR

- PETITES AFFICHES MATOT BRAINE -

13 au 19 fev 2017

DU 13 AU 19 FÉVRIER 2017 - N° 7694

ENTREPRISES

www.forumeco.com

5

Internet. François Momboise, président de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), intervenait récemment sur le thème « Votre entreprise peut-elle se passer du e-commerce ? ». Or, poser la question, c'est déjà y répondre...

Le e-commerce n'attend plus !



De gauche à droite : François Momboise (FEVAD), Sylvie Coupechoux (Kit Linge France), Maxime Blin (champagne R. Blin & Fils), Elodie Collinet (La Buvette) et Paul Musset (Cocooncenter).

En réunissant des clients issus de tous les secteurs professionnels - ou presque - pour une conférence sur le e-commerce, le Crédit Agricole du Nord-Est entendait bien diffuser le plus largement possible le fait que ce nouveau mode de consommation, consubstantiel de la révolution digitale en marche, serait bientôt incontournable, et qu'il convenait de s'y familiariser le plus tôt possible. Quelques chiffres valent parfois mieux que de longs discours, il faut savoir que la progression du chiffre d'affaires du e-commerce dans le monde est aujourd'hui à deux chiffres (en France également) ; qu'en 2016, les internautes français ont dépensé 72 milliards d'euros sur internet : un record ! ; que le commerce sur mobile a, quant à lui, fait un bond de 30 % par

rapport à 2015 avec un chiffre d'affaires de près de 18 milliards d'euros et qu'il représente désormais un quart du commerce en ligne en France ; que le marché du e-commerce devrait franchir la barre des 80 milliards d'euros en 2017, porté par l'élargissement de la clientèle et la hausse de la fréquence d'achat ; que l'on compte désormais en France 37 millions de cyberacheteurs...

L'ÂGE N'EST PAS UN HANDICAP

Si le « cœur de la clientèle » est composé des 35/50 ans, « l'âge n'est pas un handicap pour se mettre au e-commerce », souligne François Momboise, que l'on soit acheteur ou... vendeur ! Les retraités viennent à Internet pour avoir des photos de leurs petits-enfants, et passent ensuite à l'achat en ligne ! Et nous

connaissons tous quelqu'un qui a acheté en ligne ; les conseils s'échangent vite sur les façons de procéder ».

Le Crédit Agricole avait eu l'excellente idée d'inviter des « grands témoins » venus faire part de leurs premiers pas dans le e-commerce et de l'expérience qu'ils en ont aujourd'hui : Elodie Collinet, La Buvette (fabriqueur d'abreuvoirs pour le bétail) à Charleville-Mézières ; Sylvie Coupechoux, Kit Linge France (spécialisée dans le linge de lit et le linge de toilette jetable), à Bezannes ; Paul Musset, Cocooncenter (vente en ligne de produits de parapharmacie), à Châlons-en-Champagne ; Maxime Blin, récoltant-manipulant à Trigny. Là encore, des témoins issus de segments très différents, comme preuve que le e-commerce investit tous les domaines.

Le public rassemblé dans l'amphithéâtre de Neoma Business School s'est montré très intéressé par ces retours d'expérience. Pour Emmanuel Foissy, responsable marketing du Crédit Agricole, « cette révolution, qui touche tout le monde, chacun doit l'aborder à son rythme », mais l'aborder nécessairement... et le Crédit Agricole du Nord-Est a déjà accompagné 810 clients, sur sa zone d'intervention, dans la mise en place d'une solution de vente en ligne. Les participants n'ont pas eu besoin d'e-mail pour recevoir le message 5/5 !

JACQUES RIVIÈRE

LA CCI ACCOMPAGNE LES ENTREPRISES

Avec son Espace Numérique Entreprises (ENE), la CCI a sensibilisé plus de 1 000 entreprises champardennaises en 2016 avec notamment des conférences sur la sécurité informatique ou sur les réseaux sociaux. « Nous effectuons de l'information et de l'accompagnement pour aider les entrepreneurs à préparer leur stratégie », présente Nicolas Magnin, responsable de l'ENE pour la CCI du Grand Est. « Chaque semaine, nous organisons des ateliers* de deux heures sur les réseaux sociaux, le web marketing... Ils nous permettent ensuite d'aller plus loin en rendez-vous individuel pour orienter les entreprises vers les spécialistes réunis dans notre annuaire des prestataires », ajoute celui qui annonce que des visio-conférences seront mises en place prochainement. « Avoir un site vitrine est incontournable, mais pour mettre en place un vrai site marchand, il y a toute une logistique à organiser... Les réseaux sociaux représentent aussi une nouvelle aventure : Facebook est par exemple facile d'accès pour communiquer avec ses clients ».

Selon Nicolas Magnin, les entreprises ont aujourd'hui pleinement pris conscience du potentiel d'internet et de l'enjeu pour leur activité : « Pour tous les chefs d'entreprise, il est intégré qu'internet est incontournable. Les commerçants ont par exemple compris que leur présence sur le web est complémentaire de leur magasin. Cependant, le sillon se creuse entre les débutants et les experts qui vont de plus en plus loin dans le marketing digital. En raison de ces écarts, notamment à cause des différences de génération, nous organisons des formations par niveau ».

* À Reims par exemple, le prochain atelier sera organisé le vendredi 3 mars [de 9h à 11h] sur le thème « Facebook, les fonctions avancées : les réseaux sociaux se dotent de plus en plus de services gratuits et payants pour gagner en efficacité ».

P.D.