

Les Français font les soldes chez eux

Si les crocs colorés pendouillent à perte de vue en attendant l'été, les Moon Boots qu'on enfle cet hiver, argentées ou noires, trustent les chariots d'expédition. Ce mardi, s'il fait zéro dehors, l'entrepôt de Sarenza, spécialiste de la vente de chaussures sur Internet, à Ivry-sur-Seine (Val-de-Marne), connaît tout de même la surchauffe car aujourd'hui, premier jour des soldes, plus de 20 000 paires partiront d'ici vers toute la France, et dès 8 heures les serveurs informatiques avaleront des centaines de commandes à la minute. Le site attend entre 500 000 et 1 million de visiteurs, deux fois plus que les Galeries Lafayette un jour de rush ! Logique, 7 Français sur 10 font maintenant leurs soldes sur Internet et la mode occupe près de 90 % de leurs clics. « *Ce mercredi, c'est le Big Day* » Chez Sarenza, comme pour la concurrence Spartoo ou Amazon, c'est fête annoncée. « *Ce mercredi, c'est le Big Day, le gros jour, confesse Stéphane Treppoz, président de l'entreprise, ancien président d'AOL. Si tout va bien, on va réaliser le plus fort chiffre d'affaires de l'année.* » Pour liquider une partie du stock hallucinant de 250 000 paires rangées sur 20 000 m², les températures glaciales tombent à pic. Fin négociant, Sarenza offre du - 50 % dès ce matin mais ne brade ni les fameuses Ugg ni les Moon Boots, car

« *ce sont des produits de pleine saison* ». On trouve néanmoins des bottes Rocket douillettes à - 30 %. Pour dégoter le meilleur rabais, il faut aussi aller fouiner ailleurs. Chez Spartoo, les Doc Martens et les Converse sont à moitié prix. Sur les soldes dites comparatives que vient de lancer VenteParfaite.fr, un site de petites annonces, le « *tout à 10* » est de mise. Choix stratégique, Sarenza préfère parier sur le repris et échangé gratuit, et la disponibilité du produit. « *Nous, on est honnêtes. Quand on annonce une remise, c'est qu'on a du stock. Au moins 20 000 paires par taux de démarque, de - 50 % à - 30 %, et jusqu'à - 60 % en deuxième démarque mercredi prochain, insiste Stéphane Treppoz. Nos produits sont ceux des collections en cours. Pour être moins chers, on écrase notre marge.* » Une stratégie payante : l'an passé, Sarenza a réalisé 40 millions de chiffre d'affaires contre 20 millions l'année précédente. Cette fois, pour ne pas manquer une vente, l'entrepôt a pris de l'avance : les 10 000 premiers cartons où seront rangés chaque paire de chaussures commandée sont déjà prêts à recevoir le code-barres du destinataire, et sur place 50 personnes ont été réquisitionnées afin d'assurer les livraisons, soit trois fois plus que d'habitude. Ici, ça va travailler jour et

nuit pour acheminer les articles à temps : pour Paris, Sarenza peut livrer en quatre heures grâce à l'un de ses 20 coursiers à vélo. Pour le reste, tout partira des 12 quais d'expédition, via les relais Kiala, les envois Chronopost ou Colissimo. Ce matin, il s'agit de séduire la clientèle des soldes, 75 % de femmes et 25 % d'hommes. Les premières achètent pour elles et la famille, les seconds pour eux, et leurs enfants quand ils sont divorcés.