

Extrait du Paroisses d'Erquy et de Pléneuf

<http://www.erquy-pleneuf.catholique.fr/spip.php?article945>

# Comment Emmaüs veut concurrencer Leboncoin.fr

- Actualités - Réflexions sur l'actualité -

Date de mise en ligne : jeudi 2 juin 2016

Copyright © Paroisses d'Erquy et de Pléneuf - Tous droits réservés

**À l'occasion de son salon annuel dimanche prochain, le mouvement Emmaüs présentera sa « place de marché en ligne » Labelemmaus.co censée rivaliser avec les géants de l'e-commerce. Ce site solidaire défendra un contre-modèle sur le marché de la revente d'objets d'occasion. « La Croix » le présente en exclusivité. Avec ce nouveau déploiement, Emmaüs étend encore son action et amplifie une stratégie ambitieuse.**

L'affrontement s'annonce exaltant. David contre Goliath. D'un côté, Leboncoin.fr et ses 25 millions de petites annonces en ligne, qui, sous ses faux airs de site improvisé, est le champion incontesté de la revente d'objets sur Internet en France. De l'autre, Emmaüs, un challenger de taille avec ses 350 bric-à-brac et friperies solidaires répartis sur tout le territoire, mais qui ne s'est encore jamais illustré dans la catégorie « e-commerce ».

Ce dimanche, à l'occasion de sa grande vente annuelle - prévue cette année au Paris Event Center de la Villette -, le mouvement exposera l'un des projets les plus décisifs pour son avenir : Labelemmaus.co. Ce site, qui a nécessité de gros moyens, sera lancé en octobre prochain. Il a été conçu pour prendre sa place au milieu des mastodontes du secteur.

Emmaüs a refusé bien des offres, avant de se lancer. « Amazon, Cdiscount, Price-minister... Ils ont tous proposé de nous héberger, c'est bien le signe que notre image est positive, attractive, et que nous avons notre carte à jouer avec notre marque, sans trahir qui nous sommes », souligne Maud Sarda, chargée de projet qui pilote ce dossier.

L'organisation tient bon sur ses principes : les objets continueront à être donnés par les particuliers, réparés par des exclus, et revendus dans l'unique but de financer l'activité de l'association. Sur ce point, elle se distingue d'autres acteurs émergents comme cestbonesprit.fr : une partie seulement de la revente est reversée aux associations.

Voilà le modèle. **Contrairement à Leboncoin.fr, qui se contente de mettre en relation les vendeurs et les acheteurs, les internautes de Labelemmaus.co pourront acheter les objets en ligne.** Les annonces seront postées par les compagnons. D'abord dans une vingtaine de bric-à-brac, puis sur l'ensemble du réseau. Des partenaires restent à trouver pour la livraison des marchandises.

Emmaüs a monté un plan sur cinq ans. D'ici à 2017, l'organisation veut récolter 500 000 Euros de la revente d'objets en ligne grâce à une vingtaine d'équipes locales, ce qui correspond à son investissement de départ. Après cela, ce sera le changement d'échelle. « Comme les autres enseignes, nous espérons atteindre en ligne de 5 à 10 % de ce que nous rapporte aujourd'hui la vente en magasin, soit 5 millions d'euros (contre 200 millions en boutique) », expose Maud Sarda.

Pour monter son projet, Emmaüs a dû créer une structure juridique à part. Là encore, l'organisation met en avant sa différence. Pour se lancer, le mouvement n'a pas créé une société marchande classique, mais une « société coopérative d'intérêt collectif » (Scic). Tous ceux qui adhèrent au projet pourront prendre des parts et entrer au capital - de 200 000 Euros pour commencer -, ainsi que participer aux assemblées générales qui décideront des grandes orientations du projet. En revanche, pas question d'en faire un objet spéculatif : « Une personne qui aura versé 100 Euros au capital pourra sortir de la coopérative quand elle veut, mais pas avec plus de 100 Euros, quels que soient les résultats que nous aurons obtenus », prévient Maud Sarda.

Les idées ne manquent pas pour faire grossir le chiffre d'affaires. Des événements seront organisés, avec par exemple des ventes flash thématiques de maroquinerie, d'objets anciens, ou, à la rentrée, de fournitures scolaires. Un système de vente privée pourrait aussi voir le jour, pour donner de temps en temps la priorité aux sociétaires qui ont investi dans la coopérative.

Emmaüs ne part pas de rien dans cette aventure. Plusieurs formules de bric-à-brac en ligne ont été expérimentées localement depuis octobre dernier. Emmaüs Toulouse, dont le portail atteint les 300 000 visiteurs, propose en permanence plus de 300 produits. Une fois sur deux, ils se vendent en ligne avant de partir en magasin. **Les internautes qui viennent chiner sont beaucoup plus jeunes que les acheteurs classiques des bric-à-brac, ce**

### qui permet à l'organisation une nouvelle visibilité.

À Vannes, dans le Morbihan, la communauté tenait à ce que les acheteurs continuent à se déplacer en boutique, au moins dans un premier temps. Dans leur système de « vitrine en ligne » exposant près de 1 000 objets, on peut réserver l'objet convoité. Mais ensuite, il faut aller le chercher. « Des personnes ont fait le déplacement depuis Rennes ou Nantes, cela nous a permis de nous faire connaître et de montrer nos ateliers », explique Essad Kadri. Originaire de Macédoine, ce jeune compagnon arrivé en France il y a trois ans croit à la révolution numérique d'Emmaüs. Quand on lui demande pourquoi les gens iraient donner en ligne plutôt que de vendre en ligne, sa réponse est toute trouvée : « Il y a beaucoup de gens qui ne cherchent qu'à vider une maison après un décès. Aujourd'hui, ils ont le réflexe d'aller sur Leboncoin.fr, mais cela pourrait faire sens pour eux de s'adresser à nous », argumente-t-il.

Essad a participé à chaque étape de l'élaboration de Labelemmaus.co. Rien ne se fera sans les personnes en insertion. C'est une longue marche qui commence. Il faudra former les compagnons à de nouveaux métiers, comme la modération des annonces, à la logistique, en passant par le service après-vente. « Pour ne perdre personne en chemin, nous misons sur une croissance progressive. Nous n'allons pas nous mettre à acheter des mots-clés pour remonter dans les moteurs de recherche, mais garder un référencement naturel. Nous y perdrons à faire tout trop vite », explique Maud Sarda.

L'activité du site proprement dit sera confiée aux personnes accompagnées par Emmaüs qui ne sont pas aptes à la réparation ou au transport des marchandises. Une partie des compagnons d'Emmaüs s'activeront dans les bric-à-brac tablette à la main. Un système de reconnaissance automatique des objets permettra de pré-enregistrer les annonces, qu'il ne restera plus qu'à compléter pour les personnes en réinsertion. D'ici à cinq ans, l'entrée d'Emmaüs dans son ère high-tech pourrait occuper une centaine de personnes en équivalent temps plein.

Jean-Baptiste François

source La Croix 02 juin 2016



<span class='spip\_document\_504 spip\_documents spip\_documents\_left' style='float:left; width:150px;\*>  
[http://www.erquy-pleneuf.catholique.fr/spip.php?action=accéder\_document&arg=504&cle=5d9b5f7465cac9dcd50c06c87b869b24d03f3479&file=jpg%2Femmaus\_france\_logo.jpg] **Le mouvement Emmaüs en France**

Le mouvement Emmaüs regroupe 18 060 personnes, dont 8 600 bénévoles, 5 060 salariés et 4 400 compagnons. Les groupes Emmaüs France comptent 117 communautés, une association de communautés, 20 structures d'action sociale et logement, 58 SOS Familles Emmaüs, 42 comités d'amis, 48 structures d'insertion.

Les chiffres clés d'Emmaüs : - 285 000 tonnes de marchandises collectées. - 485 millions d'euros de ressources. - 27,5 millions d'euros de solidarité financière auxquels s'ajoute l'équivalent de 2 millions d'euros de solidarité en nature. - 356 lieux de vente (boutiques en ville, salles de vente, bric-à-brac, etc.).

Emmaüs Défi est créé en 2007 en région parisienne pour apporter un accompagnement global (insertion par le travail, santé, logement...) aux personnes en grande exclusion. Plus de 350 ont été accompagnées depuis. Ce laboratoire d'innovation sociale a créé de nouveaux dispositifs comme une banque solidaire ou l'inclusion numérique (Emmaüs Connect).