

L'ÉCO DU MARDI | SUD CORNER, L'E-COMMERCE 100% TERROIR

Publiée le mardi 17 Mars 2015 - L'éco du mardi

Lancé en juin, le site Internet Sud Corner propose des produits du sud de la France, réalisés par des artisans de Nice à Biarritz. La SARL a intégré l'incubateur BIC Innov'up qui accompagne les entreprises prometteuses.

Le pari de Sabine Breton, Gardoise pur sucre, est audacieux. Fille et petite-fille d'ouvriers de la terre, la fondatrice de Sud Corner installée au Cailar a décidé de faire la promotion de nos produits régionaux sur la toile.

L'idée résulte d'un double constat : "aujourd'hui nos pratiques changent, nous commandons de plus en plus sur le Net, que ce soit des vêtements, des billets de cinéma ou de TGV", fait remarquer la chef d'entreprise, qui a combiné ce nouvel attrait des consommateurs à l'engouement autour du "made in France".

Seulement à la marinière, la Gardoise a préféré l'e-commerce et les produits du sud de la France.

Premiers clients : les Languedociens

Terrine de taureau de la Maison Telme, sucre à la framboise de Kocolo & Zaza ou encore vin rosé "Dune" du Caveau des Sablons...

"Pendant leur voyage, les touristes découvrent et apprécient nos produits traditionnels. Mais lorsqu'ils repartent, ils n'ont plus la possibilité de les consommer", poursuit Sabine Breton.

La Camarguaise ne vise pas "la consommation du quotidien", mais bien le petit plaisir que l'on s'octroie de temps à autre.

Les débuts de son entreprise sont prometteurs : chaque jour, le site draine environ 300 connections (dont 30% proviennent des réseaux sociaux) et a déjà livré plus de 1 000 colis depuis sa création. Contrairement à l'hypothèse de départ, les Sudistes constituent le gros de sa clientèle avec, en tête, le Languedoc Roussillon, suivi de la région parisienne et de PACA (Provence-Alpes-Côte D'Azur).

Avec un réseau de 65 partenaires triés sur le volet de Nice à Biarritz, Sud Corner recherche : "des produits assez rares, faits de manière artisanale et respectueuse de l'environnement". Géographe de formation, Sabine Breton se distingue des épicerie fines par la rareté de ses produits et, contrairement aux systèmes d'achat/revente classiques : "nous payons les producteurs et nous envoyons nous-mêmes les colis". En échange, Sud Corner demande de la flexibilité à ses fournisseurs sur la quantité des produits et la mise à disposition d'échantillons pour convaincre nouveaux clients et journalistes.

Savoir gérer un E-commerce

Intégrée dans l'incubateur BIC Innov'up, la CCI Nîmes aide la chef d'entreprise dans ses démarches administratives qui souvent, relèvent du casse-tête. Un gain de temps et donc d'argent pour l'entreprise, qui permet à Sabine Breton de développer sa structure.

"Gérer un e-commerce est un vrai travail à temps plein. Pour être attractif, un entrepreneur va installer sa boutique sur la place du village. Sur Internet, la démarche est différente puisqu'il n'y a pas de place du village !", relève avec humour la Gardoise.

Pour faire la promotion de ses produits, Sabine Breton passe la plupart de son temps derrière son petit écran à surfer sur les réseaux sociaux, quand elle ne se déplace pas dans les salons. L'attractivité de son site passe aussi par "l'interactivité" et "la mise en place de nouveaux services", comme ses recettes de cuisine sur le blog de Sud Corner. Aujourd'hui, le site Internet n'est plus le supplément d'un magasin déjà existant, mais bien une vraie boutique qu'il faut savoir faire tourner.

