

E-COMMERCE

**Les stratégies**

## La fulgurante ascension du site de vélo Alltricks

Passé de 0 à 48 millions d'euros en sept ans, alltricks.fr spécialiste en ligne dans l'univers du vélo, mise tout sur la qualité d'exécution au service de l'expérience client.

Si l'entrepreneuriat et le cyclisme se rejoignent sur un point, c'est probablement qu'ils sont, tous deux, une course à étapes multiples. Alltricks.fr, site marchand dédié à l'univers du vélo, en est l'incarnation. Fondé il y a sept ans par un passionné, Gary Anssens - distingué en octobre par le prix Ivy du jeune dirigeant technologique de l'année -, le portail commercialise plus de 300 000 références, livre 350 000 clients en Europe, a généré l'an passé 33 millions d'euros de chiffre d'affaires, enregistre une croissance de 75 %, et prévoit 48 millions d'euros cette année.

Une ascension digne d'un vrai cycliste. Victime d'un accident grave de vélo qui l'a cloué dans un lit d'hôpital pendant un an, Gary Anssens a créé son site marchand avec une idée fixe : délivrer la meilleure expérience client. Cela passe par avoir en stock 100 % des produits vendus sur le site, et surtout livrer vite, très vite. « Les commandes passées avant 18 heures sont expédiées le jour même. Pour 3,99 €, nous livrons le lendemain avant 13 heures dans toute la France, même en Corse. L'exigence d'une logistique robuste a été présente dès le départ », assure le fondateur. Résultat, les premiers acheteurs sont satisfaits et le font savoir. « Nos clients sont des pratiquants de vélo, des connaisseurs, et il s'agit d'une discipline très communautaire. Grâce à cela, nous n'avons quasi



« Le panier moyen est de 110 €, mais il est six fois plus élevé pour les vélos complets. »

Gary Anssens, fondateur d'alltricks.fr

pas eu besoin d'investir dans le marketing les trois premières années », confie-t-il.

### De la pièce détachée à la marque propre

Aujourd'hui, Alltricks réalise 75 % de son chiffre d'affaires grâce à la vente des pièces détachées, avec des best-sellers, comme les pneumatiques ou les plaquettes de frein. Le reste de l'activité étant réparti entre les biens d'équipements, tels les maillots (15 %), et, depuis deux ans et demi, la vente de vélos complets (10 %). « Le panier moyen est de 110 €, mais il est six fois plus élevé pour les vélos », indique Gary Anssens. Conséquence : le segment des vélos est en plein développement sur le site. Les premiers prix avoisinaient 200 €, alors qu'au départ ils se situaient plutôt autour de 1 000 €. « Nous menons un travail d'élargissement de l'offre, qui s'opère sur toutes les catégories de produits », ajoute-t-il. Alltricks prend un malin plaisir à proposer des marques spécialistes qui ne

se sont pas commercialisées chez Decathlon, évitant la confrontation avec le mastodonte de la distribution d'articles de sport. Le-marchand a même ses propres marques : Isano dont les produits sont fabriqués en Italie, Neatt pour les accessoires de vélo et l'outillage, et LeBram qui verra naître bientôt une gamme de vélos complets. Des marques vendues sur le site, mais aussi visibles dans son showroom adossé à un entrepôt de 8 500 m<sup>2</sup> à Maurepas, dans les Yvelines. Les clients peuvent ainsi découvrir, tester mais aussi réparer leur vélo. En cas de défaillance, Alltricks dispose d'un réseau de 120 partenaires de montage capables de se déplacer chez le client. Et Gary Anssens ne compte pas en rester là. C'est imminent, une nouvelle plate-forme web va être déployée, comprenant notamment une place de marché. Une course aux étapes multiples jusqu'à présent toujours remportées par Alltricks. ■

FRANÇOIS DESCHAMPS

**48 M€**

Le chiffre d'affaires en 2015

**75%**

La croissance attendue pour 2015

**20%**

La part du CA réalisée à l'international

**300 000**

Le nombre de références disponibles en stock

**350 000**

Le nombre de clients

Source : Alltricks