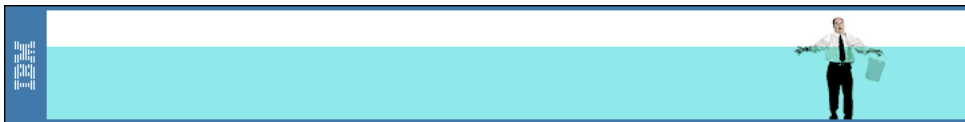


Lundi 11 septembre
[Abonnements](#)

RECHERCHER

ANNUAIRES Sociétés | Prestataires | Carnet | Encyclopédie | Logiciels pro | Formations | Fonds | VOTRE HIGH TECH | Guides | Livres | Prix | Téléchargements



ENTREPRISE

E-PME

Sommaire E-PME

Avec 5000 euros, le toulousain TLSE a amorcé son succès online

Ouverte en septembre 2005, cette boutique en ligne de T-shirts aux couleurs de la ville rose a aujourd'hui les moyens de se développer offline. *Histoire.* (27/01/2006)

[Envoyez cet article](#) [Imprimez cet article](#)

Les cas de petites entreprises qui tirent avantage de la compétitivité numérique en s'affichant sur le Web se multiplient à très grande vitesse. Selon une étude BNP Paribas Lease Group, 52 % des PME françaises disposent d'un site Internet en 2005 (*lire l'article du 25/01/06*). La démarche de création d'une start-up est, en revanche, beaucoup plus rare. Et pourtant, l'e-commerce est souvent plus facile à gérer que le commerce de détail. Pour preuve, le parcours Web de TLSE.com, boutique en ligne de T-shirts originaux, ouverte en septembre 2005.

[En savoir plus](#)

[BackControl](#)

[Le site](#)

[TLSE.com](#)

TLSE est une marque de la société Midi Ecart, S.A.R.L. créée en septembre 2003 sur fonds propres par Isabelle Bernardini. "TLSE est une marque axée autour des thématiques symboles de la ville de Toulouse, c'est une marque identitaire. Ouvrir un magasin en ville me paraissait beaucoup trop risqué en termes de retour sur investissement, explique la gérante de Midi Ecart. C'est pourquoi nous avons choisi de tester le concept et les marques en premier lieu sur Internet."



Première étape : trouver une adresse URL. Le hic : ni TLSE.fr ni TLSE.com ne sont disponibles. Heureusement, le propriétaire de TLSE.com - un Russe - est prêt à revendre son nom de domaine, pour la modique somme de 400 dollars, montant négocié par une société américaine. Ce sera donc une adresse en dotcom, "idéal pour s'ouvrir à l'international dans le futur", note malicieusement Isabelle Bernardini.

Deuxième étape : concevoir et réaliser le site. C'est à ce moment que "les compétences de membres de la famille dans l'informatique et

le développement Web" se révèlent très utiles, complétées bien sûr par un savoir-faire professionnel : celui de BackControl, prestataire spécialisé e-commerce qui édite une suite logicielle de gestion de contenu. Résultat : un site de vente proposant des fonctionnalités de catalogue interactif, une newsletter, un formulaire de contact, la possibilité de gérer son panier d'achat et de payer en ligne via le paiement sécurisé Cybermut du Crédit Mutuel. Le tout pour 5.000 euros.

Coût du projet Web : 5.000 euros

"Le site est entièrement administré en interne, ce qui nous permet de le mettre à jour au gré des nouvelles collections ou gammes de produits, soit deux à trois nouveautés par mois", indique Isabelle Bernardini. Outre TLSE, Midi Ecart a déjà lancé deux nouvelles marques -

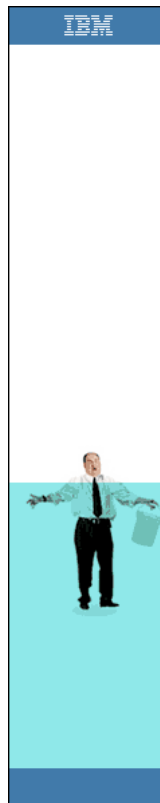
31 by TLSE et Ville Rose - et prévoit de mettre en ligne très prochainement une collection pour bébés et des accessoires. Actuellement, le catalogue compte 70 références.

Troisième étape, sans doute la plus épineuse : promouvoir le site. Orchestrée par BackControl, la campagne de référencement payant sur Google - 5.000 euros investis sur 150 mots clés - n'a pas obtenu d'excellents résultats. "Nous sommes encore en période de test, confie Isabelle Bernardini. Nous commençons à peine à maîtriser le système. Par ailleurs, nous ne disposons pas d'une enveloppe budgétaire suffisante pour le Web, la majorité de notre plan média étant consacré à la publicité offline, inévitable pour une marque de proximité." De fait, c'est la couverture locale - reportages sur France 3 Sud et M6 qui a réellement révélé la marque aux Toulousains, la cible première de TLSE.

2.000 ventes en ligne en cinq mois

TLSE.com reçoit actuellement entre 800 et 1.000 visites par jour. Cinq mois après l'ouverture, plus de 2.000 ventes ont été réalisées via la boutique en ligne, pour un panier moyen légèrement supérieur à 50 euros (prix d'achat à partir duquel la livraison est gratuite). La

clientèle est composée à 85 % de Toulousains, à 10 % de frontaliers de la ville rose, et 5 % d'expatriés toulousains sur l'ensemble du territoire national. Des premières ventes qui ont permis très rapidement à la société d'ouvrir un show room dans ses locaux, 350 m² aux portes de Toulouse, faisant ainsi passer la



Newsletters

- Journal du Net [Voir un exemple](#)
- Management [Voir un exemple](#)
- Emploi [Voir un exemple](#)
- Evénements et Etudes Benchmark [Voir un exemple](#)

[Toutes nos newsletters](#)

Mardi 12 septembre 17H00
[CHAT](#)

ACTUALITES

Télécoms - FAI
 Mobile
 Le Net
 Finance

En bref
 Actu économique
 Actu high-tech
 CAC 40 **-0.72%**
 CAC IT20 **-0.40%**
 Nasdaq **+0.49%**
 Dow Jones **+0.54%**

JDN Finance

RUBRIQUES

Chiffres-clés
 Nouveaux sites
 New business
 Nominations
 Noms de domaine
 Enquêtes en ligne
 Classements
 Témoignages
 Tribunes
 Juridique
 Créas pub
 Sondages

SOLUTIONS

Systèmes-Réseaux
 Sécurité
 DSI
 Emploi-RH
 Développeurs

MANAGEMENT

Gestion RH
 Création entreprise
 Emploi cadre
 Fiches pratiques

SCIENCE

Espace
 Biologie/Santé
 Environnement
 Technologie

TOUS NOS ARTICLES

Dossiers
 Interviews
 Reportages
 Fiches conseils
 Avant-Après
 Chats

Septembre 2006
 Août 2006
 Juillet 2006
 Et avant



part du Web dans le chiffre d'affaires de 100 % à 50 % aujourd'hui.

"Pour une marque fortement identitaire, il n'est pas possible de se passer d'une enseigne physique. C'est pourquoi nous allons ouvrir une boutique à Toulouse d'ici l'été. La part d'Internet dans les ventes 2006 devrait alors baisser à 20 %, explique la gérante de Midi Ecart. Toutefois, il est hors de question d'abandonner ou de laisser en jachère le site. Aujourd'hui il fonctionne très bien, nous en maîtrisons la gestion, nous allons donc continuer à utiliser ce canal de vente."

Midi Ecart entend notamment poursuivre ses campagnes de référencement payant, nouer des partenariats avec des portails locaux comme Sudissimo.com, mettre en place sur le site des jeux concours, et surtout exploiter le potentiel commercial de sa newsletter, qui compte aujourd'hui près de 2.500 adresses opt-in.

La PME toulousaine emploie aujourd'hui trois personnes (sa gérante, un graphiste et un administratif) et sous-traite une partie de la production de ses collections. Entièrement autofinancée à hauteur de 8.000 euros, Midi Ecart devrait atteindre la rentabilité dès son premier exercice. Un beau pied de nez aux banquiers qui ont refusé de financer la start-up, "encore fileux face aux projets Internet", confie Isabelle Bernardini.

[En savoir plus](#)

[BackControl](#)

[Le site](#)

[TLSE.com](#)

- Copains d'avant
- **Cartes de vœux**
- Journal des Femmes
- Actualités
- Fonds d'écran
- Galerie photos
- Vos livres
- Internet Pratique
- Photo numérique
- Recettes de cuisine
- **Tous les dossiers**

ANNUAIRES

- Sociétés
- Prestataires
- Carnet
- Hotspots Wi-Fi
- Agences médias
- Lobbys
- Fonds
- Logiciels pro
- Formations
- Encyclopédie



Rechercher par mot clé



[L'entreprise à l'affiche](#)

VOTRE HIGH-TECH

- Eligibilité
- Test connexion
- Guides d'achat
- Comparateur Prix
- Télécharger
- Livres

CONTACTS

- Newsletters
- Contacts
- Publicité
- Mots recherchés
- Corrections



- [Benchmark.fr](#)
- Séminaires
- Etudes
- Publicité et marketing sur Internet
- Sites corporate
- Intranet
- Services payants sur mobiles

- Lettres
- Management IT
- Strat. Internet
- Analyse de site

SUR L'INTERNAUTE

- Week-End
- Restaurants
- Ciné : box office
- Concours
- Insolite
- Voyage
- Mon PC
- Automobile
- Prénoms
- Horoscope
- Histoire
- Comparer les prix
- Webcam
- Test QI
- Télévision
- Pages blanches
- Pages jaunes

Qui sommes-nous ? [Société](#) | [Mentions légales](#) | [Contacts](#) | [Publicité](#) | [PA Emploi](#) | [Presse](#) | [Recrutement](#) | [Tous nos sites](#) | [Données personnelles](#)

© Benchmark Group, 4 rue Diderot. 92156 Suresnes Cedex