

Place à internet

Hypermarchés **Place à internet**

Le commerce de produits alimentaires sur internet entre doucement dans les habitudes de Français, qui souhaitent gagner du temps et réduire les dépenses en carburant. Mais le manque de transparence et la complexité de ces sites rebutent encore le chaland. La chaîne Monoprix a commencé à vendre en ligne en région parisienne. Les premiers résultats sont

« *meilleurs que prévu* » et elle prévoit de s'étendre à Lyon, Marseille et Bordeaux au début 2009. « *L'objectif est de défendre la position que nous avons dans le centre-ville, qui est notre territoire et qui est attaqué depuis quelques années par les sites marchands* », indique Julien Zakoian, responsable de *monoprix.com*, qui veut « *prendre position sur un marché, qui constitue un vrai relais de croissance* ». Après des années d'hésitation, les groupements d'indépendants Leclerc, Système U et Intermarché se sont aussi lancés sur la

Toile. « *C'est un concept qui a de l'avenir et qui s'adresse à une clientèle "surbookée". Il nous permet d'atteindre une clientèle qui se situe loin de notre zone de chalandise* », souligne Gilles Floccart, propriétaire d'un Intermarché près de Nancy. Son site internet réalise 2,5 % à 3 % des ventes. Les cybermarchés tissent aussi leur toile. Telemarket, présent en région parisienne, vient d'ouvrir à Lille. Lyon et Marseille vont suivre en octobre. « *Faire ses courses sur internet permet d'économiser les frais de carburant. On fait 1 280 km de voiture pour faire ses courses chaque année* », explique Roland Coutas, son PDG.