

# Demarq-online. L'enseigne de destockage s'apprête à ouvrir deux autres magasins

- **DESTOCKAGE** Filiale du groupe SBE, implanté à Boulogne-sur-Mer, l'enseigne de destockage Demarq-online poursuit son expansion avec l'ouverture de deux magasins, un nordiste et un parisien.
- L'enseigne veut également proposer de nouvelles familles de produits.

**F**iliale du groupe boulo-nais SBE, spécialisé dans la réparation de téléphones numériques, Demarq-online s'apprête à ouvrir deux nouveaux magasins. « Deux ouvertures sont prévues en 2016 et 2017, dans une grande ville du nord et dans le nord ouest parisien », indique Laurie Bateman, responsable d'activité pour Demarq-online. L'enseigne spécialisée dans le destockage de produits, essentiellement du petit électroménager, poursuit ainsi son développement. Demarq-online affiche en 2015 un chiffre d'affaires de 4,2 millions d'euros, stable par rapport à 2014, avec quinze salariés. La société travaille essentiellement avec des constructeurs, tels que Philips, Whirlpool ou Brandt et commercialise des produits qui sont des fins de série, du surstock, des emballages abîmés, des recondition-

nés ou des retours d'exposition. L'enseigne écoule quelque 100.000 produits par an.

## Le pari du multicanal

« Même si nous sommes présents sur Internet depuis 2007, nous continuons à croire au magasin physique », indique Laurie Bateman. Et pour cause : le magasin d'Ivry-sur-Seine, qui s'étend sur 300 m<sup>2</sup>, représente à lui seul 40 % du chiffre d'affaires de l'enseigne née en 2006. Celle-ci en possède deux autres : un à Osny en région parisienne et un à Hallennes-Les-Haubourdin, près de Lille. Demarq-online compte également un drive à Boulogne-sur-Mer. De son côté, Internet représente 25 % du chiffre d'affaires de l'enseigne : « C'est plutôt une vitrine pour nos magasins. D'ailleurs, tous nos produits ne sont pas présents en ligne car certains de nos partenaires ne



De gauche à droite : Laurie Bateman et Sébastien Joseph, dans le magasin d'Hallennes-Les-Haubourdin.

le souhaite pas. De plus, sur des produits de second choix, les consommateurs préfèrent voir ce qu'ils achètent, cela les rassure », explique Sébastien Joseph, responsable des opérations. Demarq-online continue donc à miser son développe-

ment sur le magasin physique et en ouvrira deux nouveaux prochainement, qui emploieront chacun 2 à 3 personnes. Mais de manière générale, Demarq-online table sur le multicanal. « Nous avons d'autres pistes de réflexion, comme la vente à

domicile, qui devient à nouveau très tendance et correspond à une forme d'ubérisation de la vente. Nous devons étudier davantage la réglementation à ce sujet », indique la responsable d'activité. Demarq-online teste également le click and col-

lect à Hallennes-Les-Haubourdin, avant de le déployer à Paris.

## Développer de nouvelles familles de produits

La rentabilité de Demarq-online est stable mais « aujourd'hui, il faut vendre plus de produits qu'il y a dix ans car leurs prix ont chuté, notamment sur le téléviseur », note Laurie Bateman. Demarq-online veut donc lancer de nouvelles familles de produits, parmi lesquelles, le bricolage. « Il nous faudrait trouver un ou deux partenaires supplémentaires dans ce domaine, ainsi que sur la télévision, qui représente 25 à 30 % de notre chiffre d'affaires. Nous prévoyons une augmentation des ventes dans le cadre du prochain passage à la TNT HD », indique Sébastien Joseph. Il ajoute : « Le marché est assez stable. Ce qu'il faudrait, c'est un saut technologique, c'est porteur. Le meilleur reste celui de la télévision à écran plat ».

Élodie Soury-Lavergne

## DEMARQ-ONLINE

(Boulogne-sur-Mer)  
Responsable d'activité :  
Laurie Bateman  
CA 2015 : 4,2 M€  
15 salariés  
[www.demarq-online.com](http://www.demarq-online.com)