

LE JOURNAL DES ENTREPRISES

VENDÉE E-COMMERCE

O'Poisson déménage en Vendée et abandonne son drive

Par Adrien Borga, le 14 mars 2018

Initialement installée à Orvault, la start-up O'Poisson a déménagé en début d'année à la criée des Sables-d'Olonne. Ce transfert d'activité est autant lié à la simplification de sa logistique qu'à la volonté de sa patronne, Caroline Hennequin de se concentrer sur la vente par internet.



- ▲ Caroline Hennequin espère faire de O'Poisson l'un des leaders de la poissonnerie en ligne. — Photo : O'Poisson

En déménageant au début de l'année 2018 depuis Orvault, en banlieue nantaise, à la criée des Sables-d'Olonne, la start-up O'Poisson a d'abord abandonné son activité de poissonnerie en drive. « Le drive était une bonne idée. Mais elle était finalement peu adaptée à la clientèle nantaise, analyse Caroline Hennequin, qui dirige l'entreprise. Les Nantais, grâce à la proximité de l'océan ont l'habitude de voir et de choisir leur poisson sur un étal de poissonnier. De fait ce marché était limité et du coup on se retrouvait à faire de la poissonnerie traditionnelle ce qui n'est pas du tout l'objectif. »

Gagner un jour de fraîcheur

O'Poisson va donc appuyer sur l'accélérateur « là où [il] a la plus belle croissance et le plus de potentiel de développement » : la vente en ligne de poisson que l'entreprise menait en parallèle. « C'était compliqué de faire les deux en même temps », confie la dirigeante qui compte bien s'appuyer sur le futur développement de la principale criée vendéenne. Y être lui permet de gagner « un jour de fraîcheur et simplifie notre logistique en nous rapprochant de nos partenaires acheteurs qui sont également situés sur le site de la criée ». L'objectif : livrer partout en France en 24 heures.

Une clientèle de particuliers et de distributeurs

O'Poisson double de taille tous les ans depuis sa création. Si la dirigeante se refuse à donner des éléments de chiffre d'affaires, elle envisage d'être à l'équilibre dans le courant de l'année 2018. L'entreprise réalise la moitié de son activité avec les particuliers, « des clients surtout basés en région parisienne, dans un grand arc de l'Est de la France ou encore la région toulousaine qui sont attirés par les produits haut de gamme et la traçabilité des produits ». L'autre moitié des clients est composée de réseaux de distribution comme La Ruche qui dit oui ou Vite mon marché (ex-ZGoat).

Troisième levée de fonds

« Sur un marché qui n'est pas encore mature, l'objectif est d'être leader sur le marché », annonce la patronne quant à ses objectifs de développement. Celle-ci envisage d'ailleurs, des développements à l'international. L'entreprise est en passe de réaliser sa troisième levée de fonds qui devrait être bouclée fin mars 2018 auprès d'un fonds spécialisé dans les foodtech. Les deux premières ont eu lieu en janvier 2017 et décembre 2017.

Des recrutements à venir

« En fonction de l'activité, deux ou trois personnes devraient être recrutées d'ici la fin de l'année 2018, à la fois des poissonniers pour préparer les produits, mais aussi des personnes spécialisées dans le marketing, le service client ou le recrutement de clients sur internet », précise Caroline Hennequin. Une dizaine de salariés s'affairent déjà dans le laboratoire de l'entreprise pour préparer et emballer les produits qui sont expédiés ensuite partout en France.

MOTS-CLÉS

MER

NUMÉRIQUE

AGROALIMENTAIRE

O'Poisson
secteur Agroalimentaire

CONTENU PAYANT

POURSUIVEZ VOTRE LECTURE