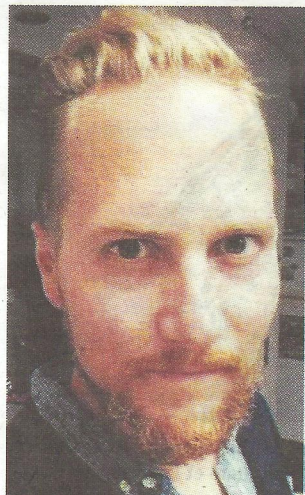


Pepper Buy. La plate-forme web qui pimente les achats

• **ACHATS** Ancien responsable des achats, Mathieu Allart a lancé une plate-forme web de mise en réseau d'acheteurs pour le compte de grandes entreprises et de PME régionales.

Fort d'une expérience de plusieurs années en tant que responsable des achats et d'une personnalité qu'il qualifie lui-même de "geek", Mathieu Allart a lancé en septembre 2015 un réseau en ligne, dédié aux achats. Celui-ci répond au nom de Pepper Buy. Il s'agit d'une plate-forme web qui met en relation les acheteurs ou dirigeants de grandes structures avec des PME de la région Nord - Pas-de-Calais Picardie proposant des biens et des services. « Quand j'étais moi-même acheteur, j'ai constaté que le réflexe était plutôt de se tourner vers des grandes structures nationales, sans regarder ce qui se faisait au niveau local, soit pour une question de prix, soit par manque de connaissance », explique Mathieu Allart. Il ajoute : « L'idée, c'est de redonner de la visibilité aux PME de la



Mathieu Allart, créateur de Pepper Buy.

région Nord Pas-de-Calais Picardie. »

Une centaine de partenaires

Pour le moment, Pepper Buy compte une centaine de PME référencées, dans 38 catégo-

ries d'activité différentes. Ce référencement peut-être gratuit ou payant. Dans ce deuxième cas, il s'agit d'un référencement premium, au tarif de 9,90 € par mois, qui permet aux PME d'avoir une fiche de renseignements plus complète, un meilleur référencement, la possibilité de proposer des tarifs négociés, etc. « Mais je ne veux pas être les Pages Jaunes : au bout d'un moment, le réseau va se fermer et d'ici cinq ans, il faudra certainement un CV et une lettre de motivation pour entrer », prévient Mathieu Allart.

Des évolutions en 2016

La première version de Pepper Buy a été entièrement développée par l'entrepreneur lui-même, en six mois, afin de limiter les coûts au démarrage. Mais pour la suite, Mathieu Allart compte faire appel à un prestataire extérieur pour amé-

liorer sa plate-forme. Au programme des évolutions déjà prévues en 2016 : la mise en place d'un tableau de bord permettant aux PME de voir les statistiques de leur page, notamment sur le nombre de visites, le développement d'un moteur de recherche multicritères et enfin, le lancement d'un espace pour les internautes avec des commentaires « sur le modèle d'Airbnb, car cela séduit », indique le jeune entrepreneur. Pour le moment, Mathieu Allart se rémunère grâce à des activités de conseils et de formations dans le domaine des achats. Mais à terme, le jeune dirigeant souhaite faire de ce réseau en ligne son activité principale. Il vise un chiffre d'affaires de 70.000 € la première année et se laisse trois ans pour le tripler et être rentable.

Élodie Soury-Lavergne

www.pepper-buy.com