

Handball
Montpellier
se lance
à l'Arena

► Midi Sports, p. 14

DIMANCHE 26
septembre 2010

TE01-

Le DOSSIER

Le marché de l'e-commerce tisse sa toile dans la région

WEB

→ Du 21 au 23 septembre, à Paris, s'est tenu le salon de l'e-commerce. Le Languedoc-Roussillon était la seule région à disposer d'un pavillon, témoin de son potentiel et de son dynamisme dans la conquête de ce secteur économique en pleine expansion. Rencontre avec ces nouveaux entrepreneurs qui en ont fait une spécialité.

→ Les petites et moyennes entreprises, nombreuses dans la région, s'investissent plus volontairement dans ce dispositif, d'autant plus que les ventes en ligne progressent comme l'indique l'étude diligentée par une société biterroise dévouée au commerce en ligne.

Textes : Patricia GUIPPONI

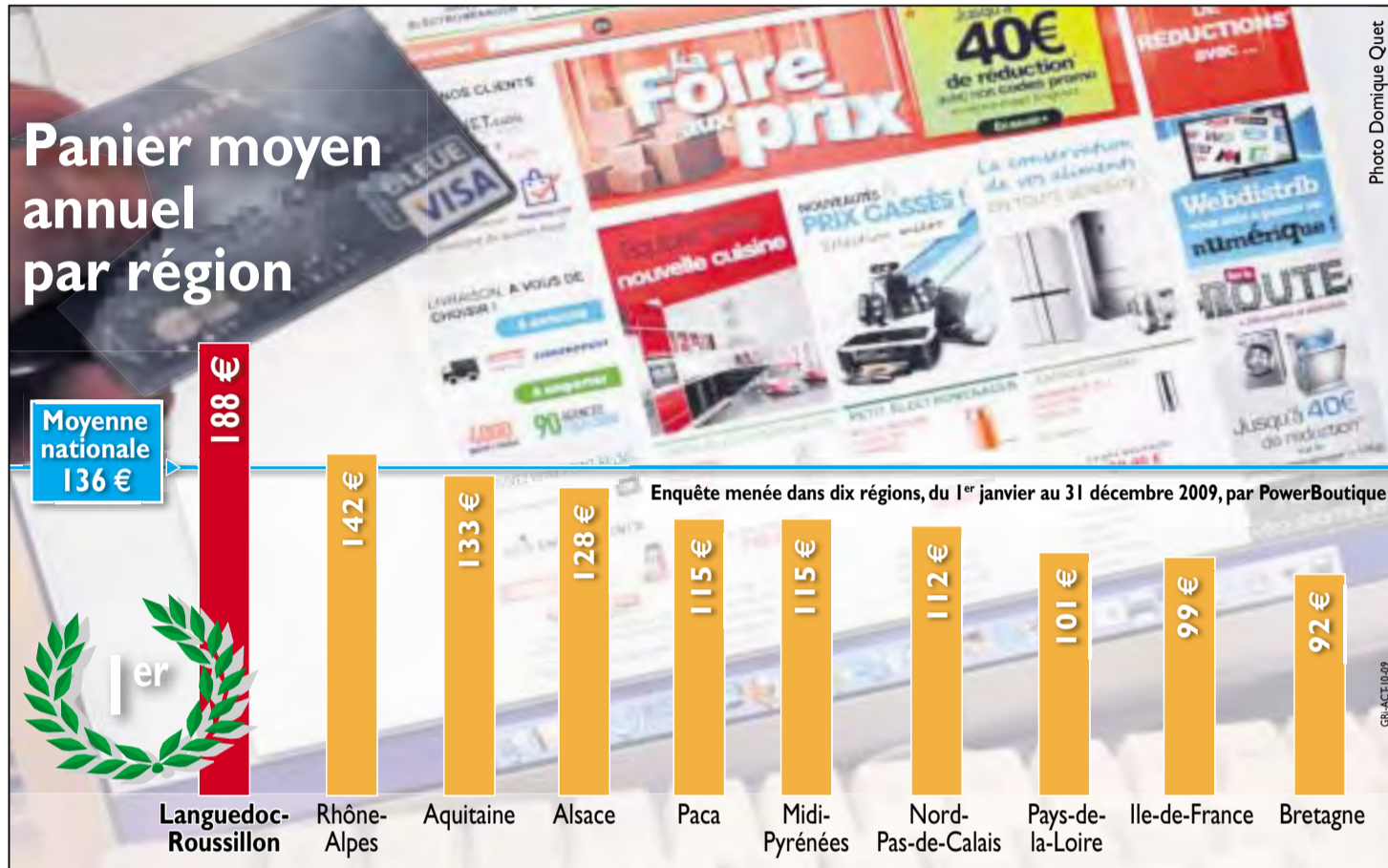


Photo Dominique Quet

QUESTIONS A...



Anne
BARAILLÉ

Responsable du
multi-sectoriel
à Sud de France

« Un gisement de choix »

Le Languedoc-Roussillon est le seul pavillon régional du salon de l'e-commerce sur Paris. Les raisons ?

On a un gisement de choix d'entreprises marchandes sur internet comme au service de l'e-commerce dans notre région. Certaines sont leaders dans leur domaine sur le plan national, et même européen. Ces sociétés drainent de l'emploi. Avec à leur tête des jeunes, dynamiques, qui ont choisi d'investir cette région pour son potentiel et sa qualité de vie. Ils propulsent une économie non négligeable, un savoir-faire tourné vers le commerce en ligne, s'installent comme une nouvelle manne incontournable, au côté des filières plus traditionnelles que sont le tourisme et l'agriculture.

Que leur apporte
Sud de France ?

On sert de catalyseur, on les rend visibles en les vulgarisant. Ils apprennent à se connaître entre eux, s'entraident. Ils se font connaître des clients potentiels en Languedoc-Roussillon. On l'a vu sur le pavillon du salon e-commerce. Ils ont été très sollicités, ont pu conclure de nouveaux marchés, et ils donnent une image très positive de la région. C'est une force.

Paris, porte de Versailles. Parmi la grosse centaine de participants au salon de l'e-commerce, le Languedoc-Roussillon est la seule région de France à disposer d'un pavillon.

Chaperonnée par l'équipe du multi-sectoriel de Sud de France, une bonne douzaine de chefs d'entreprises, prestataires de service ou / et sites marchands spécialisés dans ce domaine, sont venus témoigner à la fois de la bonne santé du secteur et de sa diversité. Parmi eux, Stéphane Escoffier, directeur général de la société biterroise Powerboutique. Son fonds de commerce : les petites et moyennes entreprises, pour lesquelles elle monte des sites web. « Elles

sont très nombreuses sur notre territoire régional, or peu d'entre elles ont investi la toile, pensant que seuls les grands groupes pouvaient avoir accès à ce marché. » D'autres craignaient que la vente sur le net freine leurs activités en boutique. Mais la tendance se renverse. « Beaucoup ont pu constater la plus-value de leur présence sur internet. Ça a dynamisé leurs ventes et a, de plus, incité la clientèle à se rendre sur place. »

En dix ans d'existence, la société de Stéphane Escoffier, installée au cœur de Béziers, a tissé sa toile et est devenue référente en matière d'entreprises de moins de vingt salariés ; si bien que de fil en aiguille, el-

le a établi un certain nombre d'études pour bien comprendre tous les enjeux du commerce en ligne.

La dernière enquête en date

Stéphane Escoffier :
« Beaucoup de petites entreprises craignaient que leur site freine leurs ventes directes »

chiffre d'affaires a progressé de 69 %. L'audience des sites marchands, dans la région, a augmenté de « 32 % en un an en terme de visites ; 43 % pour



les pages vues ».

Les commandes sont également en hausse : 59 % dans la région, avec un montant de panier moyen à 188 € contre 136 € au national. « On explique avant tout cette différence car

on a beaucoup de vendeurs en biens d'équipement sur la région. Le prix unitaire des produits vendus y est donc plus élevé. »

Il n'empêche que le marché s'avère porteur et qu'il ne faut pas rater le coche. Philippe Nahoum, directeur de Novae, qui œuvre pour la filière technologie de l'information et de la communication (TIC), est de cet avis. « Je crois que nous l'avons bien saisi. On totalise 3 000 entreprises de TIC - dont bon nombre spécialisées dans l'e-commerce - sur la région, soit 15 à 20 000 emplois pour un chiffre d'affaire de 3 milliards d'euros. C'est la seconde filière phare chez nous, après l'agro-alimentaire. »

Nosibay, leader de l'alerte

Le leader incontesté des widgets web et autres applications de bureau sur PC et mobile en France, c'est Nosibay. La société héraultaise, basée à Pérols, crée pour les éditeurs des liens de fidélisation et de communication



directe avec leur clientèle. Son mécanisme d'alerte de bureau en temps réel, breveté, est personnalisé selon les besoins.

« Ce n'est pas de la pub, mais au contraire un service pour le client, averti par exemple, grâce à la fenêtre qui apparaît soudain, que sa commande est bien partie, qu'une vente exceptionnelle commence », indique Laurent Taton, président de Nosibay. Les plus grands sites marchands de l'e-commerce ont fait confiance à l'entreprise qui a débuté ses activités en 2004 et emploie aujourd'hui 55 personnes. Nosibay s'adresse aussi aux plus petites structures sur la toile. « Les différentes enquêtes faites auprès des principaux intéressés ont prouvé que grâce aux widgets et à la valorisation du contenu des sites, on peut augmenter de 15 à 20 % ses ventes. C'est plus efficace qu'une newsletter ».

Autre invention de Nosibay : les bubbles. Un dock à personnaliser, une application de bulles esthétique, téléchargeable et gratuite pour le grand public, qui permet d'accéder plus rapidement à ses recherches sur le web.

www.nosibay.com/www.bubbledock.com

Yooda booste les moteurs

Au commencement, en 2002, ils étaient quatre. Installés à Cap Alpha, plate-forme de lancement qui héberge et encadre les jeunes entreprises à Clapiers, dans l'Hérault.



A présent, forte de onze salariés, Yooda, la société de Romain Bellet, a déménagé sur le parc IBM à Montpellier. « L'objectif est d'embaucher et de passer à 25 ou 30 personnes dans 18 mois », confie le jeune directeur. Son domaine d'intervention : le référencement. Yooda propose aux professionnels du web comme aux agences de communication une gamme d'outils d'analyse et un suivi de leur positionnement dans les moteurs de recherche. Et si l'entreprise a un carnet d'adresse de clients prestigieux aujourd'hui (groupes de presse, banques, gros éditeurs...), et peut se vanter d'être l'un des six référents mondiaux dans son domaine d'action, tout n'a pas été rose à ses débuts. « Nous étions trop précurseurs. Quand nous sommes arrivés sur le marché, en 2001, Google montrait à peine le bout de son nez ». Les affaires ont décollé en 2005. Romain Bellet, natif de Carpentras, reste toutefois très attaché à sa région d'adoption : « Je crois que les acteurs de l'e-commerce ont un réel rôle à jouer pour aider les marchés plus traditionnels comme l'agriculture, le tourisme, afin qu'ils ne loupent pas le virage. » Lui entend bien offrir toutes ses compétences à cet effet.

www.yooda.com

4ClIc : le petit nouveau

C'est un bébé. Mais qui pourrait grandir rapidement. Lancée par le Biterrois Philippe Dauche (photo) et l'Auvergnat Christophe Jarlier, 4ClIc, est une TIC dont le générateur de sites web s'adresse à tout un chacun mais plus précisément... aux novices. En effet, l'outil proposé par la maison, hébergée actuellement à Cap Oméga, pépinière située dans la zone du Millénaire à Montpellier, près de l'aéroport de Fréjorgues, simplifie la création de site. Tout internaute devrait donc devenir un "pro" en la matière. Les non-informaticiens y trouveront leur compte. « On a ôté toutes les contraintes liées à la technologie Flash, enlevé la complexité de la simple page à la conception d'un site communautaire », poursuit Philippe Dauche. Ses clients vont des jeunes sociétés (dont les auto-entrepreneurs), aux associations. « On a enregistré beaucoup de transferts de sites sur notre plate-forme car l'accessibilité et l'autonomie de l'outil séduisent ». Ses premiers clients : Cere Gard, association qui lutte contre l'illettrisme ; Les Amis de Versailles, le plus ancien groupement à but non lucratif de France, qui rassemble 14 000 membres. En moins de six mois d'existence, 4ClIc a pu consolider deux autres emplois et s'approprié à en embaucher deux de plus « début 2011 ».

www.4clIc.com



JVWEB dans le Midi et à Paris

Il a fait du chemin le petit Nordiste, salarié dans une entreprise d'informatique. En prenant des risques. Jonathan Vidor s'est imposé comme e-entrepreneur novateur. Le chiffre d'affaire de son entreprise JVWEB, fondée il y a six ans à Montpellier, s'élève en 2009 à 4 M€.

Son rôle : acheter du trafic sur internet. Avec ses propres deniers, la société acquiert de la publicité sur la toile pour ses annonceurs clients, qui vendent en ligne. Eux rémunèrent en retour la société héraultaise lorsque la vente est effective. L'activité de JVWEB s'inscrit donc dans le marketing à la performance, qui investit donc sans filet, avec aucune garantie de rentabilité. Cette audace a plu aux grands annonceurs que sont Dell, Disneyland Paris, Ebay, Lastminute... Ils sont en bonne place dans le fichier clients de l'entreprise de Jonathan Vidor.

Ce dernier et ses collaborateurs s'activent aussi à restructurer la campagne des sites de ses clients, effectuent un audit de leurs points forts et faibles, et un suivi pour améliorer leurs performances et leur visibilité sur la toile. Ces dernières années, la société - qui emploie 25 salariés - s'est intéressée aux annonceurs plus modestes et facture, en revanche, ses services à l'heure travaillée. Sans pour autant quitter le Languedoc-Roussillon, JVWEB a installé une antenne sur Paris.

www.jvweb.fr

