

le Courrier du Grand Paris

LE MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS
Paris - Hauts-de-Seine - Seine-Saint-Denis - Val-de-Marne

Enquête

INTERNET, L'ANTI-CRISE



POUR ALLER
PLUS LOIN

SUR INTERNET

ccip.fr, l'@ctu

PAR TÉLÉPHONE

 0820 012 112

0,12 €/minute



Enjeux

LE COMMERCE EN LIGNE
INCONTOURNABLE

interview croisée : François Momboisse
et Alex von Schirmeister

Événement

CRÉDIT AUX ENTREPRISES :
MOBILISATION GÉNÉRALE



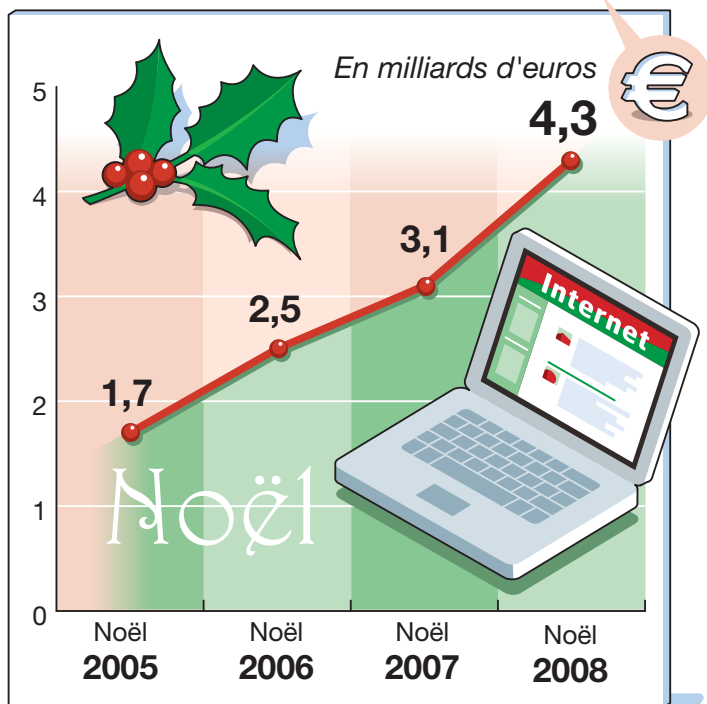
Chambre de commerce
et d'industrie de Paris

INTERNET, L'ANTI-CRISE

Vous cherchez une parade pour contrer une conjoncture économique instable ? Avec 4,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires rien que pour la période des fêtes, Internet apparaît comme un formidable accélérateur de croissance. Tour d'horizon des différentes pratiques en la matière. **Olivier Valcke**

MONTANTS DES ACHATS RÉALISÉS SUR INTERNET PENDANT LA PÉRIODE DE NOËL

ENTRE NOËL 2005 ET NOËL 2008, le montant des achats effectués en France sur Internet a augmenté de 2,6 milliards d'euros.
Source Fevad



Halte aux idées reçues ! Internet n'est plus le domaine réservé à une élite de technophiles avertis. Son usage s'est profondément démocratisé, entraînant dans son sillage de nombreuses PME désireuses, en ces temps de crise, de toucher de nouveaux marchés. Et les chiffres leur donnent raison : les ventes en ligne enregistrées fin 2008 ont progressé en France de 29 % comparé à l'an passé, selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad). Soit 4,3 milliards d'euros échangés, contre 3,1 milliards fin 2007. Malgré des efforts, les entreprises françaises accusent toujours un léger retard par rapport à leurs voisines européennes. Plus de 75 % des entreprises disposent d'un site Web en Suède, aux Pays-Bas, en Allemagne ou au Royaume-Uni, contre 57 % en France (Eurostat, Insee, enquête TIC 2007). « Et malheureusement, pour trois entreprises sur dix, le site se limite à la présentation d'une version électronique du catalogue de produits ou de services, constate Frédéric Desclos, responsable de l'Échangeur PME Paris Île-de-France, l'espace de ●●



10:15

Dopez votre
activité grâce
à Internet

TÉMOIGNAGE

Des solutions novatrices grâce à Internet

La problématique commune du service communication d'une mairie, d'un ministère ou d'une PME ? Réponse : leurs archives audiovisuelles. Alors qu'elles sont un véritable patrimoine, ces archives restent difficiles à gérer, et donc à valoriser. « Les entreprises sont en général peu au fait des différents moyens d'exploitation de leurs images, analyse Anne Ortiz, à l'origine de Media Infinity, service de préservation et de mise à disposition en ligne des films et vidéos des entreprises et des institutions. Notre mission consiste à restaurer, numériser, stocker les fonds audiovisuels des entreprises et, grâce à une interface Web, à permettre l'accès rapide à ces fonds et leur exploitation immédiate. » Un gain de temps précieux pour les entreprises, qui peuvent, en un seul clic, avoir un accès sécurisé à leur fonds. « Discours, manifestations internes... Via l'interface Media Infinity, nos clients disposent de leurs productions audiovisuelles et ont ainsi une totale maîtrise de leurs images. » Pour mener à bien sa nouvelle mission, la société, implantée à Saint-Ouen (93), bénéficie de l'expertise du réseau PLATO de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Hauts-de-Seine. www.media-infinity.fr

V. Colin / CCIP



... démonstration des nouvelles technologies de l'information et de la communication de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris (cf. encadré p. 31). Au final, les entreprises sont seulement 33 % à avoir franchi le pas de la commercialisation via leur site et 10 %

L'ESSENTIEL À RETENIR

DE LA PUB À MOINDRE COÛT

Auparavant réservées aux grandes marques, les campagnes de publicité sont désormais accessibles aux petites entreprises grâce à Internet. Les campagnes de liens commerciaux dans Google, MSN ou Yahoo permettent

à une TPE de mettre en ligne des annonces avec un budget de quelques centaines d'euros. Avec les techniques d'e-marketing, on peut en temps réel mesurer l'impact d'une campagne et l'adapter pour la rendre plus performante.

à le compléter d'une offre de service après-vente ou d'une possibilité de paiement en ligne sécurisé. »

Le site, véritable vitrine de votre activité sur le Net

Et pourtant les avantages sont nombreux. Contact en temps réel avec les clients, gain de temps, horaires d'ouverture sans contraintes... Pour certains, l'ouverture d'un site permet une croissance indéniable du chiffre d'affaires (lire le témoignage de lesvelosparisiens.com). Si Internet affranchit de nombreuses contraintes économiques, la création d'un site Web ne s'improvise pas. Budget, hébergement, animation, éléments graphiques et techniques, outils de statistiques et analyse du référencement professionnel, intégration d'un moteur de recherche interne... La rédaction d'un cahier des charges complet s'impose, afin de fixer les premières bases de votre projet numérique et de votre stratégie commerciale. Pour vous informer sur l'environnement technique, économique et juridique du secteur, rapprochez-vous

TÉMOIGNAGE

Commerçant, j'utilise le Web pour présenter mon activité et générer du chiffre d'affaires

Des selles, des vélos pliants, des pompes mais aussi des casques et des porte-bagages... Bienvenue sur le site lesvelosparisiens.com, la référence sur Internet pour tous les passionnés de vélo urbain. Aux manettes, Sébastien Reboux, tombé dans la marmite vélo dès son plus jeune âge. « Au départ, l'objectif était de faire connaître notre boutique parisienne, explique Sébastien Reboux. Le site a été conçu d'abord comme une vitrine des 300 références de notre catalogue, avec des photos et les spécificités techniques de chaque produit. Aujourd'hui, à la demande des clients, nous le faisons évoluer vers une dimension plus commerciale, avec des ventes à la clé. » Lancé en mars 2008, le site lesvelosparisiens.com compte 5 000 visiteurs par mois. Un succès qui a des répercussions sur la fréquentation de la boutique (Paris, 6^e) : trois mois après la mise en ligne du site, la fréquentation de la boutique a augmenté de 20 % ! Mais la demande a dépassé les frontières franciliennes. « On s'est vite rendu compte que les internautes venaient sur le site pour acheter en ligne. On a donc dû s'adapter. » Reconfiguration du site, embauche d'un salarié dédié à la gestion d'un nouveau site commercial, mise en place d'un forum en ligne, l'équipe de lesvelosparisiens.com fait sa révolution numérique. « Au-delà de l'aspect commercial, l'idée est de créer un lieu d'échanges,



un forum participatif pour tous les passionnés de vélo, explique Sébastien Reboux. Bientôt, les cyclotouristes du monde entier pourront tester des produits, faire part de leur expérience et de leur ressenti avec telle ou telle marque de vélos. » lesvelosparisiens.com

des deux organisations professionnelles : la Fevad et l'Acsef, l'Association de l'économie numérique. Quelle sera l'utilité principale de votre site Web ? À qui doit-il s'adresser ? Comment adapter le contenu de votre site à votre offre commerciale ? Faut-il déposer un nom de domaine ? Privilégier un site offensif de prospects ou, au contraire, un site de services pour fidéliser vos clients ? « Un site se construit dans le temps. Inutile de brûler les étapes, analyse Éric Sotto-Sidoun, professeur à ADVANCIA-NEGOCIA, responsable de la filière e-business au sein du Bachelor de NEGOCIA. Appliquer une règle basique : moins de trois clics pour accéder au contenu recherché. Aérer votre site en évitant de surcharger la première page. Privilégier les phrases courtes et les mots simples. S'inspirer de Google : une page blanche et un rectangle pour la recherche. » Blog, site plaquette, sites de vente en ligne, de services ou de contenu... Trouvez la formule adaptée à vos besoins. Assurez-vous également que votre nom de domaine n'a pas déjà été utilisé, et protégez-le avec

un dépôt de marque auprès de l'INPI (Institut national de la propriété industrielle). Pour effectuer cette démarche, vous pouvez vous appuyer sur l'expertise de l'ARIST, l'Agence régionale d'information stratégique et technologique de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris. Les ingénieurs et analystes de l'ARIST Paris ont accès à plus de 600 banques de données professionnelles internationales (brevets, études de marché...) et proposent un conseil en propriété industrielle et des veilles aux PME innovantes (www.arist.ccip.fr). Pour gagner en visibilité, pensez à confier la création de votre site à un concepteur ●●●



ÉRIC SOTTO-SIDOUN, PROFESSEUR À ADVANCIA-NEGOCIA

« Avec un site marchand qui se crée toutes les heures et une augmentation des ventes en ligne de 20 % entre 2007 et 2008, la vente en ligne est un secteur qui résiste bien à la crise. »

TÉMOIGNAGE

Nous nous sommes appuyés sur les compétences d'une apprentie de l'entreprise

Et si vous profitez des compétences de vos apprentis en matière de nouvelles technologies pour développer un projet Internet ?

Grâce à l'opération Appren'TIC, le Conseil régional d'Île-de-France espère convertir les apprentis en ambassadeurs du numérique dans les PME franciliennes.

L'enjeu ? Une subvention permettant le financement d'un projet numérique (introduction d'un logiciel de gestion, création d'un site Internet d'e-commerce) présenté par un apprenti et son maître d'apprentissage. Un dispositif testé et apprécié par Marc Chelly, directeur

général de Matphot, société spécialisée dans la location de matériel photographique pour les professionnels (Paris).

« Depuis quelques années, l'évolution du numérique a généré de nombreuses transformations dans l'univers de la photo, notamment au niveau de la conservation des images, explique Marc Chelly.

Pour répondre à une demande de nos clients, nous avons développé un système de stockage et d'archivage sécurisés sur le Web.



V. Collin / CCIP

Un outil innovant unique en France qui permet désormais aux professionnels de conserver leurs images en toute sérénité. »

Pour mener à bien ce projet, Matphot s'est appuyé sur les compétences de Valentine Ghiasi, apprentie dans la PME, étudiante en alternance du CFA Afomav. Pendant huit mois, elle a participé à l'architecture de ce système de sauvegarde de fichiers numériques.

« Gestion des images, construction d'un nouveau site commercial... En plus d'une formation aux techniques du studio photo, j'ai pu me confronter à des outils numériques de pointe, explique Valentine Ghiasi.

Un plus pour mon CV, mais aussi une belle expérience humaine faite d'échanges et de découvertes. » « Appren'TIC, c'est aussi une bouffée d'oxygène pour l'entreprise, renchérit Marc Chelly. En plus de l'apport des compétences d'une jeune apprentie, ce projet nous a permis de bénéficier d'une subvention de 15 000 euros de la Région Île-de-France pour compléter l'investissement très lourd de notre projet. » www.matphot.com et www.iledefrance.fr

... professionnel, afin d'éviter un amateurisme peu attrayant pour vos clients. Enfin, si vous voulez que des clients potentiels viennent souvent visiter votre site, actualisez son contenu régulièrement (billets, nouveaux produits...), et pensez à une newsletter.

Évaluez vos moyens

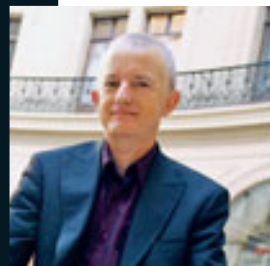
Bonne nouvelle, sachez que si le site Web est un outil à géométrie variable, son coût s'avère tout à fait minime par rapport au retour sur investissement. À

partir de 1 000 euros, vous pouvez créer un site vous permettant de communiquer de manière instantanée et sans contrainte géographique avec vos clients et fournisseurs.

« Attention toutefois à adapter vos investissements aux objectifs que vous vous êtes fixés, analyse Frédéric Desclos. Il s'agit donc de trouver le juste équilibre entre des surinvestissements souvent à perte et des sous-investissements qui se traduisent par un déficit de qualité et une image d'amateurisme. » Si votre site prévoit de la vente en ligne, équipez-vous d'outils de vente sécurisés.

Au cœur des TIC : l'Échangeur PME Paris Île-de-France

Pour avancer rassuré, une seule solution : l'information et la formation. Pour vous familiariser avec les nouvelles applications et tendances des TIC dans des domaines variés : marketing, gestion, organisation, communication, management...



FRÉDÉRIC DESCLOS, RESPONSABLE DE L'ÉCHANGEUR PME PARIS ÎLE-DE-FRANCE « Ce qui a changé avec Internet pour les entreprises, c'est le calcul en temps réel du retour sur investissement. Les cyberentrepreneurs peuvent suivre en direct leur campagne de marketing. »



V. Collin / CCIP



TÉMOIGNAGE

« L'e-business ? Le cœur de ma croissance ! »

BlogSpirit surfe sur la vague Web. Depuis 2004, cette PME, basée à Malakoff (92), est éditeur et opérateur de plates-formes de blogs et de conversations en ligne. « À une époque où personne ne parlait de blog, nous avons imaginé des usages innovants via ces nouveaux médias et construit de nouveaux modèles économiques », explique Philippe Pinault, cofondateur et directeur associé. Avec plus de 500 000 utilisateurs et plusieurs centaines de clients (M6, SNCF, Expedia, Thierry Mugler...), la

société est leader européen sur son produit et réalise 90 % de son chiffre d'affaires avec des entreprises. Elle leur propose des services adaptés à leurs besoins. « De plus en plus d'internautes, particuliers et professionnels, cherchent à communiquer, à développer la notoriété de leur entreprise sans contraintes techniques », analyse Philippe Pinault. Entreprise indépendante et en croissance depuis sa création, blogSpirit est présente à l'international via un réseau d'agences partenaires. corporate.blogspirit.com, www.blogspirit.com

venez découvrir les différentes formations proposées par l'Échangeur PME Paris Île-de-France (lire encadré p. 31). Visites thématiques, démonstrations des usages et pratiques des technologies de l'information, ateliers, conférences..., l'Échangeur est un lieu de débats, de démonstrations et d'échanges pour tous les entrepreneurs.

Katia Boucebcı et Paul Lebecque, créateurs du site www.mesproduitsecolo.fr, site de vente de produits écologiques, économiques et pratiques, sont des habitués du lieu. « *Référencement, publicité, marketing, relation client... De l'étude de marché initiale à la mise en ligne définitive, ces formations m'ont aidée à aborder les différentes étapes de l'activité commerciale sur Internet, analyse Katia Boucebcı. Au-delà des aspects techniques, indispensables pour lancer une activité commerciale en ligne, l'Échangeur nous a également permis de sortir de l'isolement en confrontant notre projet avec ceux d'autres créateurs qui avaient rencontré des problématiques similaires aux nôtres.* »

Des formations adaptées à vos besoins

Parallèlement, au sein des différentes délégations de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris et au niveau de ses écoles, une multitude de formations sont à découvrir. Pour les commerçants des Hauts-de-Seine, la Chambre de commerce et d'industrie de ●●●

LA CHAMBRE À VOTRE SERVICE

PROSPECTEZ AVEC LA CCIP

Pour prospecter via Internet, sachez que le service CCIP Direct peut vous accompagner de A à Z : du ciblage de vos prospects jusqu'à l'envoi du message. Vous bénéficierez d'un véritable service de conseil. Pour trouver des prospects,

vous pouvez également vous appuyer sur le fichier des entreprises du Grand Paris, en ligne depuis peu, qui recense les 390 000 établissements : www.fichier-entreprises.ccip.fr Plus d'informations : 0820 012 112. (0,12 euro/min).



TÉMOIGNAGE

Mon idée dans le monde entier grâce à Internet

Les collectionneurs de montres des cinq continents vont désormais suivre la valeur de leur trésor sur www.argusdesmontres.com ou sur www.thewatchargus.com. Les deux marques ont été déposées en janvier 2008 à l'INPI par Didier Gottardini, leur créateur, et baptisent un même portail dédié aux montres d'exception, hébergé à Paris. Un site bilingue, franco-anglais, en ligne depuis janvier 2009. « J'ai tout de suite prévu d'intégrer les fonctionnalités multilingues : la niche des collectionneurs de montres représente plusieurs milliers de personnes dans le monde. Sur argusdesmontres.com, elles peuvent suivre les ventes aux enchères de montres au sein des établissements spécialisés, et aussi faire estimer leur collection par des experts reconnus. Aujourd'hui, certaines pièces s'échangent contre plusieurs centaines de milliers d'euros ! », détaille le P-DG, ancien cadre de grandes maisons d'horlogerie de luxe. À terme, il compte éditer son site en allemand, en italien, en russe et en chinois. « Reste à trouver des traducteurs spécialisés et à gérer au quotidien des échanges de mails internationaux », explique Didier Gottardini. Le monde à portée de clic ! www.argusdesmontres.com

V. Collin / CCIP

●●● Paris Hauts-de-Seine propose ainsi un programme d'initiation et de perfectionnement aux TIC via son opération "TIC & Commerce en un clic". De son côté, la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Seine-Saint-Denis organise des ateliers "Internet et développement commercial" pour mieux appréhender les contraintes juridiques de l'e-commerce et améliorer l'ergonomie de votre site. Enfin, la délégation du Val-de-Marne délivre un "passeport pour l'économie numérique" intégré dans la formation "Cinq jours pour entreprendre" destinée aux porteurs de projet. Une autre solution consiste à intégrer une formation au sein d'une des écoles de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris. ESIEE Paris, HEC, ESCP-EAP, NEGOCIA et GOBELINS, l'école de l'image, proposent différentes formations initiales et continues pour des profils divers. Pour les managers et commerciaux qui n'ont pas le bagage technique adéquat et qui souhaitent construire une stratégie commerciale sur Internet, NEGOCIA propose une formation baptisée

"Stratégie commerciale sur Internet". « À NEGOCIA, notre objectif est d'éclairer les chefs d'entreprise sur les potentiels de ce média, explique Éric Sotto-Sidoun. Ce qui est important, c'est d'être vu, d'être bien référencé. D'où un travail sur l'aspect ergonomique du site. Visibilité, valeur ajoutée et rentabilité, telle est la trilogie gagnante d'une activité commerciale sur le Net. » Enfin, une dernière possibilité consiste à vous appuyer sur les compétences de vos collaborateurs en interne, notamment via l'opération Appren'TIC lancée par la Région, qui valorise le savoir-faire numérique des apprentis (lire le témoignage p. 28).

Prospectez et avancez en toute sécurité

Au-delà de la mise en place d'un site Web, pensez à utiliser Internet pour booster vos ventes et fidéliser vos clients. Intégrez à votre développement les techniques de l'e-marketing : campagne d'e-mailing, newsletter, logiciels de prospection... Dans cette démarche, vous pouvez vous appuyer sur le fichier

LES VENTES EN LIGNE ONT AUGMENTÉ DE 20 % ENTRE 2007 ET 2008.

des entreprises du Grand Paris, que vient de mettre en ligne la CCIP et qui recense les 390 000 entreprises du territoire (www.fichier-entreprises.ccip.fr).

Et si vous souhaitez professionnaliser votre démarche et bénéficier d'un accompagnement, faites appel aux experts de CCIP Direct (cf. encadré p. 29). Parallèlement, sachez que l'Échangeur PME Paris Île-de-France vous propose, pour assurer la promotion de vos activités et toucher une plus large clientèle, une visite thématique e-marketing et relation client. La Chambre de commerce et d'industrie de Paris édite également pour les chefs d'entreprise un vade-mecum des services en ligne B to B pour leur permettre de franchir le cap des TIC et d'optimiser leurs transactions électroniques. Peut-on tout vendre sur Internet ? Quelles informations doit-on afficher sur un site de vente en ligne ? Que faire en cas de litige ? Toutes les réponses sont dans ce document.

Pour encadrer vos transactions, vous pouvez également vous appuyer sur le contrat-type de commerce électronique, établi par la CCIP. « La dernière version du contrat-type se présente comme un modèle de transaction commerciale en ligne pour tout ce qui concerne les biens ou les prestations de service entre un cyberentrepreneur et un consommateur, explique Jérôme Canlorbe, rapporteur de la Commission du commerce et des échanges de la CCIP. Vecteur de bonnes pratiques, ce contrat-type donne un certain nombre de recommandations pour éviter les situations à risque (transactions frauduleuses, retards de livraison...). » Ce document garantit également le respect des dernières réglementations, en particulier la loi Châtel du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs (www.ccip.fr).

Internet, une porte vers l'international

Autre attrait d'Internet, la possibilité de conquérir de nouveaux marchés à l'international. L'offre de produits ou de services est accessible 7 j/7, 24 h/24 : pas de problème de décalage horaire. Autre avantage : vous n'avez pas besoin d'ouvrir de point de vente physique sur place, ce qui réduit considérablement les frais. « S'il est vrai qu'Internet permet à une entreprise d'exporter son activité commerciale à un moindre coût, il convient d'agir de manière méthodique, analyse Frédéric Brunet, délégué du président de la CCIP en charge de l'innovation par les nouvelles technologies. Il faut avant toute chose bien cibler son offre, se concentrer sur un ou plusieurs pays, monter le site dans la langue du pays et le faire héberger localement. Ces éléments, qui facilitent le référencement

du site, sont indispensables au bon fonctionnement d'une activité commerciale sur Internet à l'étranger. » Pour renforcer votre notoriété à l'international, la Chambre de commerce et d'industrie de Paris propose également le sceau électronique ChamberTrust. Ce service vous permet d'accroître la visibilité de votre site Internet sur le marché mondial. L'entreprise qui veut s'internationaliser via le Web doit aussi respecter un certain nombre de règles : responsabilités pénales vis-à-vis des internautes, obligation d'information, mise à disposition des conditions générales de vente, obligations fiscales et douanières... Au-delà de toutes ces possibilités commerciales, Internet reste avant tout un formidable espace d'échanges, d'information et de participation. « Les chefs d'entreprise intègrent de plus en plus Internet comme un outil multicanal avec des potentialités impressionnantes, explique Éric Sotto-Sidoun. Si la stratégie de vente prédomine, d'autres fonctions sont venues se greffer au site. Depuis peu, Internet a une fonction participative, informative. Un site permet d'entretenir des liens avec des clients, avec d'autres entreprises sur le Web. Internet est devenu un formidable générateur de réseaux, notamment via les réseaux sociaux tels que Facebook, Viadeo ou encore les blogs. » Le tout en un seul clic. ■

LA CHAMBRE À VOTRE SERVICE

UNE ADRESSE POUR TOUT SAVOIR

Que vous soyez chef d'entreprise ou commerçant, venez découvrir et adopter les technologies de l'information au sein de l'Échangeur PME Paris Île-de-France (localisé à la Bourse de Commerce, 2, rue de Viarmes, Paris 1^{er}). Ce service de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris organise régulièrement des visites thématiques, avec des démonstrations sur ces nouveaux outils de communication en face à face avec un ordinateur sous la main.

- Les 7 avril et 16 juin 2009, venez suivre une formation sur la création d'un site Internet. L'espace d'une journée, les conseillers de l'Échangeur vous présentent toutes les étapes

de la création d'un site Web.

- Le 23 avril, venez découvrir les méthodes pour être référencé en Asie.
- Le 28 avril, apprenez à mettre en ligne votre campagne de liens commerciaux dans Google, MSN ou Yahoo.
- Le 14 mai, un atelier vous informe des méthodes pour se référencer aux États-Unis.
- Et le 19 mars, un atelier vous propose de découvrir comment calculer le retour sur investissement de votre campagne publicitaire en ligne.
- Enfin, le 28 mai, un atelier sur les aspects juridiques du Net. Pour connaître toutes les formations proposées par l'Échangeur, rendez-vous sur le site www.echangeur-pme.ccip.fr