

n° 220

Janvier 2003

>> TABLE-RONDE du Point Eco



TIC Le temps de la maturité

En 2000, les valeurs technologiques ont sombré, entraînant dans leur sillage pots de bilan, disparitions ou regroupements de start-up.

Conséquence : l'outil Web, devenu un temps objet de suspicion, a été boude par le monde de l'entreprise. Des agences ou PME spécialisées dans l'Internet ont tout de même réussi à passer à travers les mailles de cet e-krach.

> Cinq d'entre elles témoignent à cette table-ronde :

Uhl Bonaventure informatique

SDV Plurimedia

Net Ingenierie

Advisa

2exVia

TIC Le temps de la maturité

En 2000, les valeurs technologiques ont sombré, entraînant dans leur sillage dépôts de bilan, disparitions ou regroupements de start-up. Conséquence : l'outil Web, devenu un temps objet de suspicion, a été boudé par le monde de l'entreprise. Des agences ou PME spécialisées dans l'Internet ont tout de même réussi à passer à travers les mailles de cet e-krach. Cinq d'entre elles témoignent à cette table-ronde.



1 **Diversifier la clientèle**

Ne pas tout miser sur un seul et même grand compte est essentiel. En effet, le risque est grand de disparaître le jour où ce client change sa politique Internet.

2 **Veiller au chiffre d'affaires récurrent**

C'est le chiffre que l'on ne peut pas vous enlever du jour au lendemain parce que la conjoncture est mauvaise. Il est produit par les contrats reconduits annuellement.

3 **Donner l'accès au contenu éditorial**

L'évolution des outils permet désormais aux entreprises d'intégrer des textes et des images dans leur site sans avoir pour autant des connaissances en informatique. Ainsi, la maîtrise du contenu va de pair avec l'autonomie.

4 **Proposer une technologie simplifiée**

La technologie Citrix marque un tournant : les entreprises, petites et grandes, peuvent déployer n'importe quelle application (Windows ou Unix), vers tout type de poste utilisateur, quels que soient le protocole, l'emplacement et le mode de connexion, y compris via le Web.

L'OFFRE-PRODUITS DE LA CCI

◀ AUDIT SÉCURITÉ

Vol et détournement de données, intrusions, piratages... la sécurité du système informatique de votre entreprise est capitale. Pour en prendre la mesure, faire un état des lieux, analyser les risques, repérer les failles et définir les priorités d'un plan d'action sécurité, la CCI vous propose une prestation de 2 à 4 jours selon la taille de votre entreprise et la typologie de votre réseau. Le coût de cette prestation, réalisée par un intervenant extérieur certifié par la CCI, s'élève à 1 000 € H.T. la journée.

[Contact CCI]
Patrick Jacquot, 03 88 75 24 05
p.jacquot@strasbourg.cci.fr



> JEAN-CHRISTOPHE UHL

> Uhl Bonaventure informatique

Après les machines à écrire en 1908, année de sa création, et la mécanographie après-guerre, Uhl Bonaventure démarre l'informatique dans les années soixante.

ACTIVITÉS

- > distribution de matériel informatique
- > édition de logiciels
- > distribution de logiciels
- > sécurité et services.

[95 salariés dont 60 au siège à Reichstett. 3 agences à Dijon, Nancy et Paris. 11 M€ de CA.]

I n'y a point de recette miracle. Pour résister à la tourmente, les entreprises ont dû s'adapter au marché vaille que vaille.

Ainsi, par exemple, Uhl Bonaventure a dû revoir ses prétentions à la baisse. Cette entreprise qui a pourtant traversé le XX^e siècle – elle a été créée en 1908 – renonce à quelques-unes de ses activités pour s'acheminer doucement vers la société de services. «Nous avons dû répondre à la demande de 100% de nos clients lors du passage à l'an 2000, puis à l'euro, sans pour autant développer notre structure», explique **Jean-Christophe Uhl**, son responsable commercial. Nous sommes aujourd'hui au creux de la vague et nous revoyons toute notre organisation en conséquence. «Ainsi, Uhl Bonaventure a concentré son activité «hardware» sur quelques personnes spécialisées et progressivement mis en veilleuse son secteur Édition. «L'édition s'étant standardisée et internationalisée, il n'y a plus vraiment de place pour un éditeur local. Il nous reste la partie revente de logiciels avec tous les services qui l'accompagnent. Pour nous, ce virage vers la société de services est une révolution. Avant, nous gérons de la marge et du chiffre d'affaires. Maintenant, nous gérons des plannings.»

Spécialisation ou diversification, c'est selon...

Chez Net Ingénierie, zexVia ou Advisa, les solutions ont été moins radicales. François Pfister, dont l'entreprise Net Ingénierie a débuté en 1998 avec la création de sites, confie avoir diversifié son activité et développé les supports off line, non point par choix stratégique, mais pour satisfaire la demande de ses clients. zexVia a connu une situation similaire. «Au départ, explique **Benoît Verscheure**, responsable commercial, nous avions d'un côté des développeurs qui maîtrisaient la technique et le langage de programmation et de l'autre des graphistes qui avaient de bonnes connaissances de la presse ou du Net. Nous avons progressivement fusionné ces compétences, ce qui nous permet de fournir une prestation de communication transversale et globale.»

Advisa n'est pas dans ce cas de figure. «Au fil des années, explique **Olivier Kubler**, son gérant, notre offre ne s'est pas élargie, bien au contraire, notre profil s'est aiguisé et nos compétences se sont verticalisées. Pour satisfaire nos clients de plus en plus matures et exigeants nous nous sommes spécialisés dans les prestations à forte valeur ajoutée créative et technologique. En contre-partie, Advisa confie à des partenaires, hébergeurs, SSII et agences de publicité, les prestations en rapport avec leur métier. Nous sommes donc dans une logique de spécialisation et non de diversification.»

Fidéliser la clientèle

La clé de réussite des entreprises présentes à cette table-ronde réside sans doute dans leur capacité à fidéliser leur clientèle et à en conquérir une nouvelle. zexVia, qui annonce 20 % de clients supplémentaires par an et un taux de fidélisation de 99 %, souhaite développer une démarche marketing en direction des PME-PMI régionales car l'essentiel de sa clientèle pour l'instant est composé de grands comptes nationaux et internationaux. Net Ingénierie a débuté avec des PME régionales puis a progressivement attiré des grands comptes. Aujourd'hui, il dispose d'un portefeuille de 150 clients dont 70 % d'entreprises alsaciennes.

«En 4 ans, dit **François Pfister**, nous en avons perdu trois dont deux pour cessation d'activité. Ce taux de fidélisation très important nous aide à pérenniser l'entreprise, mais nous avons un besoin et une volonté d'avoir de nouveaux clients.»

Uhl Bonaventure, qui compte près de 1500 clients, surtout des PME-PMI qui «savent rester fidèles si on leur apporte ce dont elles ont besoin», essaye de conquérir les grandes entreprises privées ou les entreprises du marché public.



> FRANÇOIS PFISTER

> Net Ingénierie

Installée à Oberhausbergen, Net Ingénierie existe depuis 1998.

ACTIVITÉS

- > la création multimédia (web, intranet, extranet, CD rom), développements spécifiques sur mesure
- > la formation au multimédia et à la bureautique.

[5 salariés]

L'OFFRE-PRODUITS DE LA CCI

RENCONTRE «ENTREPRISES ET INTERNET»

Pour que vous soyez toujours au fait de l'actualité et des nouveautés en matière de technologies de l'information et de la communication, la CCI organise tous les deux mois, à l'intention des responsables économiques bas-rhinois, une conférence sur ce thème. Une vingtaine de rencontres ont déjà eu lieu sur des sujets aussi divers que la certification de signature électronique, le référencement du site Web, le commerce électronique, le tourisme, etc. Pour connaître le thème de la prochaine rencontre, rendez-vous sur : www.strasbourg.cci.fr/information

[Contact CCI]
Christiane Burel, 03 88 75 25 92
c.burel@strasbourg.cci.fr



► OLIVIER KUBLER ET L'ÉQUIPE ADVISA

► Advisa

L'agence a démarré son activité en 1995 au sein de Pandemonium/Energis – désormais indépendante depuis 2002.

ACTIVITÉS

- > Conseil, création, promotion de sites web
- > Editions de logiciels de gestion de contenu
- > Spécialistes des sites de marques

[8 salariés. 500 000 € de CA.]

Chiffre d'affaires récurrent

Les questions de développement et de fidélisation de la clientèle sont, en effet, vitales dans un contexte de crise. **Olivier Kubler** souligne la nécessité de ne pas tout miser sur un seul et même client. «Certaines entreprises n'existent plus parce qu'elles réalisaient 90 % de leur chiffre d'affaires avec un seul et même compte. Lorsque ce compte décide d'arrêter sa politique Internet... la société disparaît. Chez Advisa, une vingtaine de grands comptes assure une charge de travail régulière et garantit sa pérennité »

Autre élément déterminant pour l'entreprise : une base de chiffre d'affaires récurrent importante. Le PDG de SDV Plurimédia, **Michel Landaret**, dont l'entreprise a près de 20 ans d'expérience en matière de médias électroniques explique : «la base de chiffre d'affaires non récurrent, celle qu'il faut chercher à la force du poignet, contrat par contrat, est vulnérable car un retournement de tendance ou d'investissement peut la remettre en cause. Chez SDV, nous nous sommes attachés essentiellement à suivre le chiffre d'affaires récurrent. Ainsi, 87 % du chiffre d'affaires 2003 correspondent à des contrats reconduits annuellement et répartis sur une très large clientèle – un millier – ce qui nous permet de résister d'une façon satisfaisante.

Nos investissements en structures techniques de qualité et nos partenariats nous permettent d'avoir des bandes passantes très élevées et font de SDV l'une des premières plates-formes régionales après celles

de la région parisienne. Cela nous aide aussi à conserver ce chiffre d'affaires récurrent.»

Pas à pas

Après les premiers tâtonnements et une fois l'effet de mode passé, clients et prestataires ont acquis, au fil des ans, une certaine maturité. «Au début, raconte François Pfister, les entreprises nous demandaient des sites de communication institutionnelle. Mais progressivement leurs besoins ont évolué. L'Internet est devenu un outil stratégique dont elles attendent un retour sur investissement. Aujourd'hui, nous discutons davantage avec les directions générales pour mettre en place cette stratégie.»

Olivier Kubler estime que si le média est nouveau et que les technologies évoluent en permanence, fondamentalement le métier de conseiller ne change pas. «Il s'agit d'être à l'écoute des clients et de préconiser des solutions judicieuses qui prouvent rapidement leur efficacité. De cette façon il n'y a pas de risque de rejet de greffe technologique.»

Pour Benoît Verscheure, l'effet Web est bel et bien dépassé. «Aujourd'hui, complète-t-il, la grande nouveauté, c'est la maîtrise éditoriale de la communication en ligne.



► BENOÎT VERSCHEURE

► zexVia

Agence de communication multimédia. Existe depuis 1996.

ACTIVITÉS

- > Conseil en communication multimédia
- > Réalisation de sites et hébergement
- > Création d'outils offline (CD Rom, bornes interactives, support papier)

[11 salariés. 600 000 € de CA.]



► MICHEL LANDARET

► SDV Plurimédia

Créée en 1981. Spécialisée depuis 1985 en médias électroniques.

ACTIVITÉS

- > De la conception de sites à l'hébergement et la plate-forme technique
- > Sa spécialité – l'hébergement des titres de presse – représente un tiers de son activité.

[47 salariés. 5 M € de CA uniquement dans le domaine de l'Internet.]

Près de 80 % des entreprises qui nous demandent un site Web **tiennent à garder les rênes de leur communication, à la maîtriser et à la gérer en interne.** En leur proposant une démarche d'accompagnement et des outils, nous leur délivrons une véritable autonomie : celle d'intégrer leur rédactionnel ou leurs images en ligne sans aucune formation en informatique. » La lutte contre les pirates et les virus est l'autre grande préoccupation des entreprises. «**Nos clients, remarque Jean-Christophe Uhl, n'ont jamais été aussi pragmatiques.** De plus, ils ne sont pas pressés car ils sont échaudés par toutes ces nouvelles technologies. Nous revenons à des systèmes plus simples et plus faciles à adapter. Aujourd'hui, la tendance est à la Technologie Citrix qui permet, par exemple, d'accéder, à partir de Windows et avec une petite bande passante, à des applicatifs d'entreprise.» ■

► L'e-krach

C'est Netscape qui a donné le coup d'envoi de la Netéconomie. Le 9 août 1995, la firme Netscape Communications Corp. qui avait été introduite en Bourse le matin, atteignait le soir, à la clôture, une capitalisation de 2 milliards de dollars... Amazon, Yahoo, Ebay lui emboîtent le pas. Les start-up fleurissent. L'indice Nasdaq des valeurs technologiques américaines ne cesse de grimper. Entre la mi-99 et mars 2000, il monte de 75 %. Mais en avril 2000, c'est le crash que l'on appelle l'e-krach. Des centaines de start-up coulent. L'indice Nasdaq a, depuis, perdu la moitié de sa valeur.