

William Visterin

(WILLIAM.VISTERIN@MINOC.COM)

APPEL À LA RÉDACTION. A l'autre bout du fil, un homme se présente comme étant le représentant de l'entreprise Valoris. Après des années de calme plat, il juge le moment opportun pour contacter, une fois n'est pas coutume, un groupe de journalistes. Il annonce avec fierté: "Cela fait six mois que la croissance de notre entreprise dépasse à nouveau les dix pour cent: nous souhaitons vous inviter à un lunch réservé à la presse afin de discuter personnellement avec vous de nos résultats et de notre stratégie d'entreprise adaptée". Au fil de la conversation, il apparaît assez vite que ce n'est pas seulement la stratégie qui a été adaptée mais aussi le management. Et aussi que pas mal de collaborateurs des premières heures ont entre-temps quitté le navire. Mais cela étant, nous écrivons des articles sur un secteur dynamique et nous sommes un peu habitués à ce genre de phénomène.

Valoris ne nous est donc pas inconnue. Il y a trois ou quatre ans, c'est pratiquement la première société avec laquelle nous sommes partis en voyage de presse. Je me rappelle encore que l'avion n'avait pu atterrir à Heathrow, mais s'était finalement posé sur l'aéroport local de Stansted. Tout un détour par le réseau ferroviaire et le métro londonien pour arriver enfin avec des heures de retard à la conférence de presse prévue. Très honnêtement, je ne me rappelle plus très bien ce qui s'était dit à cette conférence. Sans aucun doute, qu'ils allaient conquérir le monde. C'est ce qu'ils prétendaient tous à l'époque.



UN DES MYTHES ÉTAIT QUE, GRÂCE À L'INTERNET, LES PETITES ENTREPRISES CHASSERAIENT LES GRANDES.

Bien que Valoris fasse bien plus que construire des sites Web, pour plus de commodité, je le placerais dans la catégorie des "webbuilders". Catégorie qui a connu son heure de gloire à la fin des années 90, quand on attendait de toute entreprise commerciale occidentale qu'elle possédât un site Web d'avant-garde. L'un des mythes d'alors était que l'Internet permettrait aux petites entreprises de s'attaquer aux patauds qu'étaient les concurrents plus importants. Une petite firme anodine serait capable

de réagir plus vite et, grâce à la Toile, pourrait souffler des clients aux entreprises confirmées, croyait-on. On créa même un terme spécial: les entreprises réfractaires à l'Internet seraient *amazonnées* ou *amazonnisées*. Elles subiraient le même sort que la chaîne de librairies américaine Barnes & Noble, qui dut craindre d'être gommée du marché par son concurrent en ligne Amazon. Mais au bout du compte, presque personne ne s'est fait amazonné. Pas même Barnes & Noble.

Même si cette discussion sur Amazon est aujourd'hui complètement dépassée, les PME comprennent plus que jamais l'importance d'un site Web pour communiquer avec leurs partenaires et fournisseurs. Voire pour découvrir de nouveaux marchés. Depuis qu'il utilise à fond son site Web, le fromager au coin de ma rue – pour prendre l'exemple d'une PME moyenne – réussit, grâce à Google, à attirer de nouveaux clients venant de tout le pays. Des études montrent d'ailleurs ce *come-back* des sites Web et de l'e-business. Par exemple la dernière enquête de l'ETTO qui prévoit que, au cours des années à venir, les entreprises européennes investiront avant tout dans l'e-business. Mais surtout, il y a l'étude que notre magazine a menée auprès de quelque 300 PME, en collaboration avec InSites. Elle montre que de tous les

investissements dans le secteur TIC, c'est le site Web qui occupe la première place. Cette année, ce n'est pas tant le réseau ou le parc informatique mais bien le site Web qui a la cote.

Le secteur-même reprend confiance en lui. Le P.D.G. de The Reference a déjà fait savoir que son entreprise enregistrait à nouveau des profits et qu'elle engageait de nouvelles personnes. A côté de Valoris, citons d'autres entreprises comme Digipoint, Loqutus, Uniway, DAD, EMD, Winsome ou End2end Solutions – même des PME – qui sortent de leurs cartons des projets d'Internet et d'e-business. Sans parler de la FEWEB, la toute récente fédération sectorielle flamande des développeurs de sites Web, qui a réussi à inscrire plus de 200 membres en quelques mois. Je ne savais même pas qu'il existait tant d'entreprises dans ce domaine dans notre pays.

L'éditeur Christian Van Thillo – critique Internet de la première heure – a récemment annoncé dans une interview donnée à un journal qu'après la déferlante d'il y a cinq ans, l'actuelle deuxième vague Internet était la bonne. Il pourrait avoir fich'trement raison. ◀