

L'e-commerce : il faut foncer

L'OUTIL RÉGIONAL
L'AWT réunit
les acteurs de
l'e-commerce

Maintenant !

Se lancer dans l'e-commerce, est-ce que cela a du sens en Wallonie ? Quand on sait que 47% des internautes wallons achètent en ligne, poser la question, c'est déjà y répondre...

UN INTERNAUTE WALLON SUR DEUX ACHÈTE SUR LE NET

pour l'apprécier avant de l'acheter. Puis on imagine que vendre en ligne, ça coûte cher et que c'est compliqué.

Aujourd'hui, il ne regrette pas son choix. "Mais il ne faut pas sous-estimer l'énergie nécessaire pour le faire. Démarrer la vente en ligne n'est pas plus facile sur le plan commercial que d'avoir une boutique physique (NDLR : Quatorz dispose également d'une boutique physique, à Battice, en région verrière) mais on a plus vite des résultats. Avec un site de vente en ligne, on a davantage de temps pour faire sa promotion puisqu'on ne doit pas tout le temps être dans son magasin, on améliore son référencement et on stimule ses ventes plus facilement", ajoute-t-il, constatant que près de 40% de ses clients ne viennent jamais à la boutique physique. Preuve que le web a encore un bel avenir devant lui. «



Benoît Rondeux, jeune chef d'entreprise de 32 ans. ■ LUC GARNIER

LA VENTE EN LIGNE A AUGMENTÉ DE PRÈS DE 28% EN 12 MOIS

Un jeune entrepreneur qui se lance structure sa communication, fait des cartes de visite, parfois un site web. Et puis vient la question : est-ce que je dois me lancer dans la vente en ligne de mes services. Pour Benoît Rondeux, un jeune chef d'entreprise de 32 ans, la réponse est clairement... oui. Passionné par le design et les nouvelles technologies, il a créé, en 2004, avec trois amis, un site de vente en ligne de salons, objets de déco et meubles contemporains (www.quatuor.be) qui affiche pas moins de 50.000 visites par mois. Aujourd'hui, leur affaire donne du travail à six personnes.

Pour appuyer son envie de créer

son entreprise de vente en ligne, il s'appuie sur des chiffres. "En 2011, 47% des internautes wallons achètent sur internet. Et alors que la vente de détail a progressé de 45% en 15 ans, celle en ligne a augmenté de 28% en... 12 mois. Quand on a commencé, on s'est posé pas mal de questions. On se disait que le client voulait voir, toucher et sentir l'objet

LAURENCE BRIQUET

■ **Portrait**

Une jeune entrepreneur très créative qui est sur tous les fronts



Pamela Ottaviani
STYLISTE

Ce qui avait plu au jury chez la jeune styliste Pamela Ottaviani lors de la première édition de L'Idée en Or, c'était sa motivation et sa créativité : robes de mariées, collection de chaussures et d'accessoires, ligne de bijoux et un projet, celui de créer

des tuniques d'allaitement. Le principe ? Permettre à la femme qui allacte de le faire en toute discrétion, même dans un endroit public, grâce à un ingénieux système qui laisse respirer le bébé tout en masquant la poitrine.

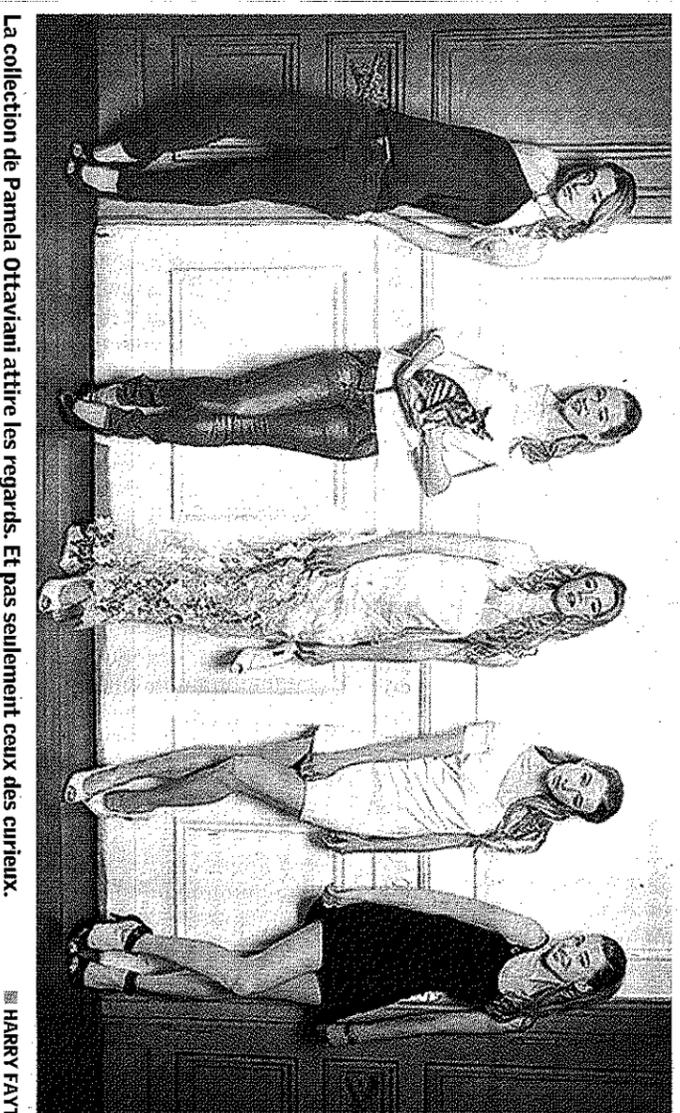
Depuis la fin de la première saison de L'Idée en Or, Pamela a franchi un cap dans la concrétisation de sa tunique. Elle a lancé une production de 400 pièces en Inde pour réduire le coût de production. Quelque 200 exemplaires ont déjà été vendus par l'intermédiaire de magasins de puériculture et de listes de naissance. A chaque fois, les retours sont positifs.

une dizaine de boutiques en Wallonie et en Flandre", explique-t-elle. Par rapport à sa communication, Pamela ne s'inspire pas sur les moyens pour se faire connaître : site web, page Facebook, articles de presse, participation à des événements (comme la Lady@themovie dans les cinémas Kinopolis ou l'organisation d'ateliers de customisation dans son atelier). Et là aussi, elle sait se montrer créative. Elle vient de signer une collaboration avec le photographe Harry Fayt qui réalise des shootings sous l'eau. "J'avais envie de faire quelque chose d'original alors j'ai choisi de travailler avec un photographe qui réalise ce genre de photos. On a travaillé dans deux piscines publiques et le résultat est génial", ajoute-t-elle ravie.

TROIS PRIORITÉS:
Le réseau s'est fixé trois grandes priorités.

- >1. mieux connaître la diversité des offres de prestataires disponibles pour les cyber-commerçants, et faire jouer la concurrence entre eux;
- >2. accompagner les cyber-commerçants dans leur développement via des séances de coaching et de partage de bonnes pratiques;
- >3. promouvoir l'e-commerce et ses acteurs wallons, notamment via un annuaire des acteurs wallons de la vente en ligne.

A NOTER. Pour toute information complémentaire: Damien Jacob, expert à l'AWT (tél.: 081/77.80.65 ou e-mail: dj@awt.be).



jeune femme. Ajoutons à ces tuniques, le développement d'une collection de chaussures de soirée et on imagine aisément que les semaines de Pamela sont bien remplies. "Je produis au Portugal. C'est via un contact que j'ai eu lors d'un salon à Bologne que je suis entrée en relation avec un fabricant portugais. Aujourd'hui, mes chaussures se vendent dans

■ HARRY FAYT

■ L.B.

■ L.B.

SUR LE WEB
L'idée en Or, c'est une **ROMANISATION** à rejoindre sur www.stylis.be/deseno



Wallonie



Cercle de Wallonie
MAJUR • LIEGE



Union Wallonne des Entreprises



Retrouvez l'idée en Or tous les mercredis dans "Appelée on est là" de Serge Vanhaelewyn, de 11h à 12h sur Vivacité

■ L.B.