

Activis tisse des sites textiles

Pour s'imposer dans le secteur des NTIC, très morcelé et fortement concurrentiel, une société mulhousienne s'est spécialisée dans l'activation et le référencement de sites Web textiles.

LE TEXTILE FORMAIT, avec la construction mécanique, l'une des roues qui a fait tourner pendant de longues années l'industrielle Mulhouse. Le secteur textile s'est sensiblement réduit en Alsace au fil des crises, mais demeure une tradition solidement ancrée.

Cette activité classée dans la « vieille économie » a servi de cible de marché à une petite société de la « nouvelle économie » cherchant à émerger.

« Nous nous sommes appuyés sur cette industrie pour nous spécialiser sur l'activation de sites web de sociétés textiles », explique Patrick Rein, gérant d'Activis.

« Nous ne sommes pas une start up, mais une vieille pousse du textile », précise-t-il.

Cette Sarl, créée à Mulhouse en 1999, fait partie de la centaine de sociétés de services aux entreprises, en grande partie des micro-entreprises, qui forment le secteur, aux compétences multiples et souvent croisées, des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans la région.



CHRISTINE HAUT

Activis relie les sites Internet des entreprises textiles, enrichissant leur contenu et dopant leur trafic.

Un outil de développement

Un secteur très morcelé et fortement concurrentiel qui doit encore se consolider. Une trentaine d'entre elles se présentent, à l'instar d'Activis comme intégrateur web, en d'autres termes comme

des spécialistes de la réalisation et l'activation de sites internet pour l'industrie.

Internet dans les entreprises

Selon une enquête menée durant l'automne 2000 par les CCI d'Alsace auprès de 5000 sociétés de toutes tailles et tous secteurs d'activités, un tiers des entreprises de la région sont présentes sur le web. Ce pourcentage place l'Alsace au-dessus de la moyenne nationale (27 %). Entre temps ce chiffre a sans doute fortement progressé car à l'époque de l'enquête 23 % des entreprises interrogées avaient un projet de création de site web. La communication de l'entreprise (présentation générale et mise en ligne du catalogue) est de loin la première fonction

attribuée au site web. Le commerce électronique ne constitue pas encore une priorité : seules 22 % des entreprises présentes sur le net y accordent une importance sensible. L'internet est utilisé dans les entreprises en premier pour ses fonctions de messagerie et de recherche d'information.

Les freins principaux au développement des NTIC sont les coûts et le manque de compétences. Plus d'une entreprise sur quatre reconnaît la nécessité d'intensifier son effort de formation dans le domaine des NTIC.

« L'activation de sites textiles, c'est prendre en compte les spécificités liées à ce secteur et ses différents métiers, pour les adapter à l'environnement internet », précise Patrick Rein.

De fil en aiguille, Activis annonce avoir tissé 20 sites textiles pour des sociétés implantées en Alsace et dans le Vosges. Et se prépare à suivre le fil textile dans le Nord.

« Le site ne doit pas être seulement la vitrine mais aussi l'outil de développement de l'entreprise ». Il s'agit de faire des « sites utiles qui attirent des visiteurs, transforment des internautes anonymes en visiteurs identifiés et les transforment en clients ».

Prospection, fidélisation et notoriété sont les trois objectifs de l'activation.

L'impact d'un site dépend énormément de son référencement dans les moteurs de recherche utilisés par 99 % des internautes.

L'inscription dans les principaux systèmes de recherche constitue de ce fait une étape essentielle dans la création d'un « site utile ».

« Notre force est d'arriver à faire figurer les sites de nos clients dans les deux premières pages de l'écran », indique le gérant d'Activis. Un savoir-faire qui repose notamment sur une bonne analyse de l'activité de l'entreprise et de ses concurrents ainsi que le bon choix des mots clés.

« Grâce à un référencement professionnel, nous arrivons à multiplier par sept en moyenne le trafic utile sur un site », affirme Patrick Rein. « Il faut chercher le client, il ne vient pas tout seul ».

Une société réelle

L'activation interculturelle est un autre point fort revendiqué par Activis : « un site à vocation internationale doit être adapté aux différents marchés qu'il cible ». Traduire un site dans plusieurs langues ne suffit pas : « il faut qu'il soit construit dans l'esprit de la culture du marché ciblé ».

Dans cette perspective Activis a ouvert un bureau à Porrentruy, en

Suisse, qui est prestataire de services du Canton du Jura.

La société est également implantée à Poznan en Pologne.

Elle négocie actuellement un accord de joint-venture avec un partenaire allemand pour étendre son activité outre-Rhin.

Activis annonce un chiffre d'affaires de 4 millions de francs pour 2001. « Nous sommes une société réelle et sans dettes », précise Patrick Rein. Grâce à la notoriété des sites web textiles, Activis a réussi à percer dans d'autres secteurs de l'industrie. La société cherche désormais à se spécialiser également dans la réalisation de sites d'organismes de promotion du territoire.

Le salon Teleregion, le forum de l'innovation dans le Rhin supérieur, qui a rassemblé une centaine d'entreprises des NTIC le 15 novembre à Mulhouse, a permis à Activis de nouer des contacts qui devraient activer sa croissance. ●

ADRIEN DENTZ