

Partez du bon pied en vous lançant dans l'e-commerce

Plusieurs agences Web belges ont signé 16 engagements déontologiques forts pour éviter que l'entrepreneur qui envisage d'ouvrir un site de commerce électronique ne s'engage sur une mauvaise voie. Ces engagements portent sur une communication renforcée avec les prospects, sur une grande transparence afin de mieux maîtriser les coûts et les délais, et sur l'adoption de bonnes pratiques au niveau du choix des solutions. Une première dans le secteur.

L'E-commerce, un enjeu pour la Wallonie

Plus d'un tiers des wallons achètent sur Internet. Par contre, beaucoup trop peu d'entreprises et de commerçants vendent en ligne. A peine 7%. Le nombre de sites wallons de commerce électronique est estimé à un millier, contre 60 x plus en France. Cette disparité entre le nombre d'acheteurs et de vendeurs conduit à ce qu'en Belgique, un achat en ligne sur 2 est effectué sur une plate-forme étrangère. Cette situation est paradoxale pour un pays dont l'économie est très tournée à l'internationale.

Pourtant l'e-commerce est une opportunité de croissance et de développement vers l'international. Certains l'ont bien saisie. La plupart des cybercommerçants wallons qui ont misé sur Internet enregistre d'ailleurs un chiffre d'affaires important en provenance de l'étranger, très souvent largement plus important que le marché belge. Ainsi quatuor.be et newpharma.be sont présents physiquement (showroom de meubles et pharmacie) et en ligne. Ils vendent ainsi massivement vers la France. Il est de même par exemple pour miss-couettes.com qui personnalise couettes et oreillers sur base des photos envoyées par les clients.

Un enjeu important en Wallonie consiste donc à convaincre plus d'indépendants et de commerçants à proposer une activité en ligne. Il existe un fort potentiel tant pour des entrepreneurs qui veulent créer une nouvelle activité, que pour les sociétés et commerces existants qui souhaitent tirer profit d'Internet comme canal de vente supplémentaire.

Des subsides significatifs sont accordés en Wallonie pour faciliter le lancement de sites d'e-commerce (50% d'intervention sur un montant de facturation de maximum 30 000 Euros). Une vingtaine de consultants agréés peuvent accompagner l'entrepreneur dans la définition de sa stratégie en ligne et dans l'élaboration du cahier des charges du site Web. La Région intervient à concurrence 80% dans leurs honoraires.

Pourtant, encore peu d'entreprises osent se lancer. Et certaines qui ont ouvert un site ne rencontrent pas le succès escompté. Ils se rendent compte qu'il ne suffit pas d'avoir un site Internet pour vendre en ligne. Ou bien qu'il aurait fallu faire appel à l'amont à un expert extérieur pour les conseiller dans leur positionnement en ligne. Ou encore que la société à laquelle elles ont fait appel n'est pas si compétente et n'a pas fourni une solution adaptée à leurs besoins.

La profession de développeurs Web se rend compte qu'il n'est pas toujours facile pour quelqu'un qui souhaite se lancer en ligne de prendre les bonnes orientations, souvent par manque de maîtrise et d'informations sur le plan technique, juridique, marketing, organisationnel,...

Une dizaine d'agences Web wallonnes et bruxelloises se sont réunies pour définir collectivement quels engagements elles pourraient prendre pour éviter un maximum de désenchantements.

Plusieurs problèmes ont été épinglés :

1. Les solutions proposées par les fournisseurs ne sont parfois pas adaptées aux besoins des clients,
2. Certains sites développés par les fournisseurs sont impossibles à bien référencer dans les moteurs de recherches car ils sont mal conçus,
3. Certaines solutions proposées sont trop rigides sur le plan technique et/ou juridique,
4. Certains fournisseurs proposent des offres insuffisamment détaillées, rendant impossible toute comparaison du client entre les offres,
5. La profession souffre d'une mauvaise image engendrée par les mauvaises expériences de clients, causées par l'amateurisme dont font part certains fournisseurs sur le plan technique et sur le plan de la gestion de projet.

Pour éviter que de tels problèmes ne se reproduisent, les sociétés réunies ont établi une série d'engagements complémentaires portant :

1. sur une bonne communication avec le prospect,
2. sur une transparence au niveau des coûts et des délais et une meilleure maîtrise de ceux-ci
3. et sur l'adoption de bonnes pratiques au niveau des choix de solutions.

L'objectif est de renforcer la confiance des personnes souhaitant se lancer dans l'e-commerce.

Que comporte cet engagement « eTIC e-Commerce » ?

En signant ce document, les fournisseurs s'engagent à respecter 16 engagements déontologiques, répartis dans 3 parties:

- 1. Assurer une bonne communication avec le prospect**
 1. en rédigeant un contrat comportant toutes les mentions utiles ;
 2. en désignant un chef de projet comme point de contact ;
 3. en proposant une méthodologie basée sur des phases de travail, ainsi qu'un plan de travail collaboratif entre les différents acteurs du projet ;
 4. en sensibilisant le client sur les multiples implications d'un projet d'e-commerce ;
 5. en fournissant au client des sources de documentation.
- 2. Garantir au client la maîtrise des coûts et des délais**
 1. en faisant preuve de transparence au niveau de la communication des prix (y compris au niveau des tarifs horaires);
 2. en informant le client de la charge de travail nécessaire et en proposant un échéancier de remise des livrables ;
 3. en garantissant un paiement échelonné de ses prestations ;
 4. en prévoyant une garantie sur chaque livrable.
- 3. Choisir une solution répondant aux besoins du client et informer le client quant aux aspects techniques**
 1. en émettant une offre personnalisée répondant aux besoins spécifiques du client
 2. en choisissant une plateforme évolutive, disposant de mises à jour régulières ;
 3. en précisant au client le potentiel d'évolution de la solution proposée ;
 4. en donnant au client des informations techniques et relatives à la propriété intellectuelle, concernant la plateforme e-commerce ;
 5. en renseignant le client sur l'utilité des solutions d'évaluation (analyse d'audience, mesure du positionnement dans les moteurs de recherches et monitoring du site) ;
 6. en enregistrant le nom de domaine au nom de son client s'il est chargé par ce dernier d'effectuer la réservation ;
 7. en communiquant le nom, le tarif et les conditions du prestataire assurant le paiement en ligne.

Ce document est en fait un addendum de la Charte eTIC, code déontologique lancé en 2004 régissant les relations commerciales entre les fournisseurs TIC et leurs clients. La version complète peut être téléchargée sur le site Internet de la Charte eTIC

Depuis le 16 avril 2010, Cet engagement spécifique à l'e-commerce peut être souscrit, sur base volontaire, par les signataires de la Charte eTIC qui effectuent de telles missions et qui souhaitent apporter des gages de confiance supplémentaires à leurs prospects et clients. Les agences web intéressées peuvent obtenir le formulaire d'enregistrement auprès de Damien Jacob, 081/77.80.80

Comme pour tout engagement déontologique, il ne peut être exclu que des non-respects soient observés. Les clients qui se trouveraient dans un telle situation sont vivement invités à porter

plainte afin qu'une procédure soit lancée. Le secrétariat d'examen des plaintes est assuré par l'AWT.

Pour compléter ce dispositif visant à susciter un plus grand nombre de projets d'e-commerce en Wallonie, l'AWT met actuellement la touche finale à la rédaction d'une check-list à l'attention des personnes désirant faire développer un site d'e-commerce. Son objectif est d'aider à se poser les bonnes questions avant de démarrer le projet.

Pour en savoir plus : <http://www.charte-etic.be>

Que représente la Charte eTIC ?

Lancée en 2004 à l'initiative collective de différents partenaires du secteur TIC, la « Charte eTIC » est un code déontologique de bonnes pratiques régissant les relations commerciales entre les fournisseurs TIC et leurs clients.

Cette charte contraint le fournisseur à aborder avec son client professionnel, dès l'établissement de l'offre, des points clés qui pourraient être sources ultérieurement de litiges s'ils ne sont pas clarifiés, tels que la maîtrise des coûts et des délais, les droits de propriété intellectuelle ou la pérennité/portabilité de la solution. La charte l'engage à veiller à l'adéquation du service par rapport au besoin du client ainsi qu'à assurer une bonne coordination avec les sous-traitants éventuels (texte complet de la charte sur le site <http://www.charte-etic.be>).

En poussant à ce dialogue, cette charte déontologique conduit à l'établissement de contrats plus équilibrés, qui passent mieux l'épreuve du temps et surtout dont les 2 parties ont bien cerné la portée.

Plus de 500 sociétés T.I.C. se sont engagées moralement à respecter cette Charte et peuvent donc mentionner le logo de la marque déposée « eTIC » sur les offres qu'elles remettent à leur prospect.

Pour donner force à cet engagement, un système d'analyse des plaintes des clients quant au non-respect de la charte a été mis en place. Les clients disposent dès lors d'un sérieux moyen de pression au cas où des écarts apparaissent par rapport au respect de la charte, puisque indépendamment des traditionnelles procédures classiques de traitement des litiges, ils peuvent aussi introduire une plainte auprès du Comité « eTIC » qui est habilité à sanctionner le fournisseur.

La Charte est parrainée par de nombreux organismes publics et fédérations (ABE, AWT, Agoria, CCI Liège-Namur-Verviers, les 4 Centres de compétences en TIC, La Maion de l'Entreprise et Info-PME de l'IDEA, SPI+, Centre Henri Tudor du Grand Duché de Luxembourg, KMO-IT UCM,...)