

Quel avenir pour les portails électroniques? Un succès québécois révélateur

De l'avis de Robert Bonneau, chef d'exploitation de Global Wine & Spirits, non seulement les portails électroniques ne sont pas devenus caducs, mais ils offrent aussi de belles opportunités d'affaires en e-commerce même dans des domaines où le Québec n'a de prime abord aucun avantage. Dans le secteur du vin, par exemple, la température canadienne étant peu propice à la production de raisins, qui aurait pensé que le Québec pourrait devenir un joueur international dans ce domaine? Robert Bonneau y a songé. Il a fait le pari de

« marier le vin et l'Internet », en créant en 2000, le portail Global Wine & Spirits (GWS) qui est devenu un outil électronique de référence et un point de vente pour les vins et les spiritueux à l'échelle internationale. GWS est le premier réseau e-business à offrir des solutions de commerce électronique adaptées à l'industrie des vins et spiritueux. 3500 entreprises l'utilisent.

Bien que la tâche ait été ardue et ait nécessité beaucoup de ténacité et de travail, l'entreprise québécoise est devenue rentable. Aux dires de M. Bonneau, la confiance de partenaires investisseurs de taille comme la Société des Alcools du Québec et Mediagrif; des opérations relationnelles très assidues auprès des producteurs de vins d'un grand nombre de pays, et l'implantation de solutions électroniques adaptées à chaque membre – payant – du portail, de même qu'une information exhaustive et exclusive sur les produits ont concouru au succès de GWS. Sans compter le déploiement d'un centre d'appels composé d'experts en vin parlant jusqu'à 14 langues. M. Bonneau confie aussi que GWS a fait face à beaucoup de résistance auprès des producteurs de vin souvent peu familiers avec les solutions technologiques occasionnées par l'Internet et qu'il a fallu les convaincre du bien-fondé d'adhérer au portail afin d'accroître leur visibilité et leurs ventes. GWS a aussi dû revoir sa stratégie initiale au niveau de la tarification pour l'accès aux services du portail, sa source de rentabilité, et a dû faire preuve d'une grande adaptabilité en éliminant la notion de prêt transactionnel très mal accueillie dans l'univers vinicole.

La force de l'Internet selon le président de GWS réside dans « l'utilisation du Net à la fois comme outil d'information et de transaction. Le portail, quant à lui, joue un rôle d'agrégat ». Mais l'amélioration des moteurs de recherche et du référencement, qui jouent un rôle déterminant sur le plan de la visibilité et des achats subséquents est plus que jamais requise, à son avis. Aux entrepreneurs, il conseille d'utiliser le système de prêt transactionnel employé par Expedia.fr, par exemple, qui rencontre peu de résistance et génère des revenus très intéressants. Expedia agit comme un intermédiaire entre le client et les hôtels et prélève discrètement un montant pour effectuer la réservation de chambres d'hôtels, ce qui devrait pouvoir s'appliquer à bien d'autres secteurs. Qui au Québec osera relever ce défi?

Plus d'information à :

<http://www.globalwinespirits.com/> et www.winetradersclub.com