



Laurent Vergès
Président d'ECOM

Trois mots pour décrire l'association ECOM ?

Promouvoir. Fédérer. Communiquer.

Comment décririez-vous votre travail pour ECOM et quelle est sa position vis-à-vis de Digit-Halles ?

Le rôle d'ECOM est la promotion du commerce connecté sur la grande région aquitaine et la mobilisation des entreprises digitales. L'association a été créée en 2011. Le but était de créer un lieu où l'e-commerçant, professionnel du commerce connecté, allait pouvoir retrouver tous les thèmes importants à son métier. D'où la création de Digit-Halles, incubateur accélérateur d'entreprises autour du digital. ECOM est née en même temps que cet accélérateur avec la volonté de créer des événements et de valoriser le lieu Digit-Halles pour que les entreprises aient envie de s'y installer afin de profiter de la présence d'entrepreneurs.

D'après vous, quels sont les plus grands obstacles pour la fondation d'une start-up aujourd'hui ?

Une start-up démarre avec peu de moyens financiers. Il faut ainsi qu'elle soit en mesure de faire des bons choix en termes d'investissement, mais aussi concernant le marketing, la politique de référencement, le prestataire pour la logistique ou la création du site Internet. Une fois l'activité lancée, il faut que la start-up rencontre son marché. Ensuite, elle a également des choix de diversification à faire. Dans la phase de développement elle rencontre inévitablement la nécessité de faire des investissements. La première étape est ainsi de s'assurer que l'idée convient au besoin du marché, la seconde est la capacité d'investir pour accélérer le business. Souvent les start-ups sont sur des demandes d'investissement trop importantes pour l'accompagnement bancaire. Sans valeur industrielle les banques hésitent à accompagner des start-ups car ce sont des entrepreneurs qui viennent seulement de se lancer. Ce n'est souvent pas suffisant pour des grands investisseurs qui ont l'habitude de mettre plusieurs centaines de milliers d'Euros. L'enjeu est ainsi d'être identifié par des investisseurs pour être accompagné. Celles qui sont en manque d'investisseurs vont stagner.

Où voyez-vous l'E-Commerce de la région à l'avenir, surtout face à la concurrence extérieure ?

La région bordelaise est une terre de développement au niveau du digital. On a beaucoup d'entreprises à succès dans ce domaine. Cela a plusieurs raisons : D'un côté, c'est l'attractivité géographique. Lorsque le lieu de vente est l'Internet, les start-ups peuvent s'installer où elles veulent. La deuxième explication pour ce développement est la présence de Cdiscount qui est une grande structure dans cet écosystème. Cdiscount est un aimant à talents. Il attire des compétences de métiers forts et des personnes qui vont y réaliser une partie de leur carrière. À mon avis certains ont envie de se lancer eux-mêmes après. Ce sont ces talents qui contribuent à la diffusion du savoir-faire grâce à la pratique. L'avenir pour la région est ainsi très positif. Les entreprises vont continuer à grandir parce que c'est le partage de la bonne pratique qui fait accélérer ce développement. Elles ne sont pas en concurrence sur le marché. Plus il existe d'entreprises et d'associations qui créent un réseau et qui font réfléchir à certaines innovations, plus cela renforce l'écosystème et son développement. C'est une vraie force. Il faut néanmoins que les investisseurs aient envie de passer un peu plus de temps dans la région pour identifier des start-ups à accompagner. Mais cela commence ! Et c'est très important pour que l'E-Commerce de la région reste à l'avenir un secteur d'activité porteur.