

TÊTE D'AFFICHE

Net.com aide à vendre les journaux en ligne



Saint-Clément

DE NOTRE
CORRESPONDANT
À DIJON.

Brice Borel et Thomas Da Rovaré, cogérants de Net.com, développent des sites Internet intelligents, marchands ou de service. Leur savoir-faire conquiert une clientèle très large, dont celle, plus récente, des vendeurs de journaux en ligne.

Brice Borel n'aime pas rappeler sans cesse la longue amitié qui le lie à Thomas Da Rovaré, avec lequel depuis onze ans il codirige Net.com, une société de 10 personnes, basée à Saint-Clément (Yonne) et spécialisée dans la création de sites Internet. « *Il y a bien plus que cela entre nous, car nous nous complétons aussi parfaitement au niveau professionnel* », assure-t-il. Lui le mesuré, en charge du développement commercial et de la gestion, doit parfois canaliser la fougue de son associé responsable de toute la mise en œuvre technique. Avec succès ! En pleine crise, les deux cogérants misent, cette année, sur un chiffre d'affaires de 550.000 euros, en hausse de 20 %. Les clients connus portent les noms de Daucy, Nestlé, Auchan, Panzani, Saint-Hubert ou encore Nike. « *Il ne faut jamais perdre de vue que notre but se résume à générer le plus fort trafic possible sur les sites que nous créons afin d'assurer un retour sur investissement* », souligne Brice Borel. A ce stade, le jeune trentenaire se montre intarissable sur l'évolution de son

métier durant cette dernière décennie. Au départ, pensés comme un simple outil d'image propre à l'entreprise, les sites se tournent aujourd'hui entièrement vers l'internaute. Pour capter leur attention, Net.com leur assure un bon référencement sur les moteurs de recherche. La société d'informatique bâtit également leur architecture en fonction des cibles choisies. Elle les muscle par ailleurs de nombreux services : campagnes d'e-mails, systèmes d'alerte, adaptation aux téléphones portables de nouvelle génération... Ce savoir-faire ne pouvait que séduire les quelques vendeurs de journaux en ligne. Ils s'appellent Journaux.fr, Zepresse.fr, des messageries lyonnaises de presse et aussi DiscountPresse.com du groupe Press Index. Ces kiosques virtuels commercialisent par le biais du numérique de la presse magazine, hebdomadaire comme mensuelle, tant dans sa version papier que dans sa déclinaison Web. « *Nous travaillons avec Brice et Thomas en véritable partenariat, car ils savent écouter, se mettre à notre place, anticiper nos besoins et assurer un vrai suivi* », se félicite Manuel Zebeida, le patron de Press Index, spécialiste de la veille multimédia. Avec ce dernier, Net.com s'apprête à lancer un kiosque international qui proposera à la vente numérique les journaux anglais, italiens, allemands et espagnols. Une manière de répondre à la baisse chronique des ventes de journaux en Europe, en tentant de reconquérir un public plus jeune et qui mériterait aussi de s'intéresser à la presse quotidienne généraliste comme spécialisée.

DIDIER HUGUE