



INOOPA
DOSSIER DE PRESSE
Liège - 01/07/2016



Introduction

En France, 52,7% des consommateurs prévoient de faire les soldes d'été sur Internet¹.

Chaque année, l'e-commerce grappille des parts de marché aux magasins physiques.

D'autant plus que près de la moitié des achats sont réalisés à l'étranger sur de grands sites tels que Amazon ou Zalando, soit 3 milliards € qui échappent aux entreprises belges.²

Que faire ? Inoopa tente de répondre à cette question hautement importante pour notre économie.

Un virage numérique...rentable

Prendre le virage du numérique de manière rentable n'est pas facile, surtout pour une PME. C'est un des points de Digital Wallonia porté par le Ministre Jean-Claude Marcourt.

C'est sur base de ce constat qu'Inoopa est né. Cet outil en ligne permet de savoir, simplement et à un prix abordable, si une entreprise doit se lancer dans l' e-commerce...ou pas !

En quelques minutes, Inoopa donne aux PME des pistes pour prendre, de manière rentable, leur virage numérique. Du coiffeur à la grosse PME, Inoopa évalue leurs chances de succès en e-commerce, et explique, au cas par cas, comment générer de la valeur.

A qui s'adresse Inoopa ?

- A. **Petits commerces**
- B. **Start-up** qui souhaitent démarrer une activité en e-commerce
- C. **PME existantes** qui souhaitent démarrer ou améliorer une activité e-commerce
- D. **Investisseurs étrangers** désireux de vendre via le canal de l'e-commerce en Belgique, voire en Europe

Pour autant, l'e-commerce n'est pas pour tout le monde et nous découragerons un certain nombre de candidats de se lancer dans la vente en ligne. Mais pas de panique ! Le rapport lui donnera alors des pistes alternatives pour profiter du numérique afin de générer de la rentabilité. A chaque cas, sa solution !

¹ [Soldes d'été 2016 en France] Des intentions d'achat en hausse grâce à la météo et au sport - Magazine LSA Conso, 21 juin 2016

² Croissance du commerce en ligne de 15% en 2015 - Comeos, 27 janvier 2016



Cet outil est unique : il n'a aucun équivalent en Europe, ni aux Etats-Unis. Il est le fruit d'une collaboration entre acteurs du métier et d'une approche avant tout commerciale et entrepreneuriale du numérique.

Basé sur un algorithme étalonné par des statistiques, l'audit Inoopa est accessible au tarif unique de 100 € htva.

Pratiquement, il suffit de répondre, de manière totalement confidentielle, à une trentaine de questions sur le site inoopa.be, et la PME aura accès à un rapport personnalisé, contenant :

- Son score e-commerce
- Sa projection commerciale, incluant sa rentabilité potentielle
- Son analyse concurrentielle
- Les pistes pour atteindre la rentabilité
- Les personnes de contact pour se faire accompagner le cas échéant
- Les aides et subsides

Cet outil, développé en interne depuis des mois, a consulté plus de 2000 sources statistiques issues des grands bureaux d'études ou de conseils 'classiques' afin de corroborer les recommandations faites dans les rapports (Ipsos, Forrester, GfK, Nielsen etc).

Depuis son lancement en mars dernier, Inoopa a pu fédérer bon nombre d'acteurs liés à l'entrepreneuriat comme l'UCM, bpost ou encore CBC Banque. Cette dernière a acheté 200 rapports pour ses clients corporate dans le cadre de sa campagne Pop-Up Webshop qui est actuellement diffusée en radio.

Les perspectives

Inoopa a installé son siège social à Liège et ambitionne de créer une dizaine d'emplois d'ici la fin de l'année. Mais Inoopa a surtout pour ambition de créer des emplois dans les PME grâce à la croissance qu'elles peuvent attendre de l'e-commerce ou de l'e-business.

La jeune société fondée par Jean-Pol Boone et Jean-Noël Chamart qui vient de clôturer une levée de fonds de 300.000 € auprès de Meusinvest via ses filiales Start-Up invest (250.000 €) et LeanSquare (50.000 €), la valorisant déjà à 1,1M€, s'étend d'ores et déjà. En plus d'une version néerlandophone d'ici fin septembre, elle a déjà signé un accord avec un partenaire roumain. D'autres partenariats sont à l'agenda, notamment en France et en Allemagne : deux gros marchés européens en matière d'e-commerce.



Placer la Wallonie sur la carte de l'e-commerce

Au-delà du rapport, la start-up veut placer la Wallonie sur la carte de l'e-commerce. Les fondateurs sont à ce titre en train de créer une plateforme wallonne en la matière afin de développer des offres pour accompagner les PME en matière d'e-commerce, de sorte que celles-ci puissent se concentrer sur leur métier.

« Ici, la digitalisation a pour but de créer de l'emploi. Grâce aux rapports que nous générons, notre ambition est de créer de la valeur pour les entreprises qui utilisent Inoopa, et donc à terme de l'emploi. » déclare Jean-Pol Boone, co-fondateur d'Inoopa.

« Notre service très innovant attire de grandes marques industrielles qui veulent soutenir leurs clients : nous sommes sollicités par des groupes dans le cosmétique, des banques, postes nationales, ou encore des medias dans quelques pays européens qui voient dans Inoopa un moyen de monétiser leur audience. A nous de garder cette longueur d'avance pour, nous aussi, vivre le numérique de manière rentable » conclut Jean-Pol Boone.

Ce qu'ils en disent

Jean-Claude Marcourt, vice-président du Gouvernement, Ministre de l'Economie, de l'Industrie, de l'Innovation et du Numérique

« Nous avons besoin d'innovation comme de pain en Wallonie. A travers les stratégies orientées PME et numériques (Digital Wallonia), la Wallonie entend jouer pleinement son rôle de catalyseur et de facilitateur de la transformation numérique pour l'ensemble des acteurs de la région. C'est une priorité absolue afin de créer de la valeur et des emplois. Inoopa se positionne dans un créneau innovant, stratégique, qui devrait permettre aux sociétés et commerçants d'accélérer leur transition numérique à travers une dynamique d'e-commerce désormais devenue nécessaire. »

Meusinvest

« Cette société jouit d'un avenir à fort potentiel économique : ça ne fait pas l'ombre d'un doute. Mais elle nous a séduits également à deux autres niveaux : d'une part, son concept est innovant et d'autre part, il présente une dimension économique pour la région. En tant que partenaire financier et acteur de l'écosystème numérique en Wallonie, il est important de nous positionner dans ce projet » Gaëtan Servais, directeur général de Meusinvest

CBC

« CBC s'engage à accompagner les entrepreneurs dans la transition digitale et leur croissance. Dès que nous avons rencontré les fondateurs, nous avons marqué notre accord de travailler ensemble. En effet Inoopa a créé un audit e-commerce d'aide à la réflexion digitale, propose des recommandations pragmatiques en e-commerce et e-business. De très



nombreux entrepreneurs se posent des questions sur la digitalisation, et Inoopa répond ainsi à cette demande ». Gilles Gillet, Directeur Général CBC Acquisition & Partnerships

UCM

« Dans sa mission, UCM a la volonté d'accompagner les PME, notamment dans le digital. Inoopa est un outil pertinent que nous allons d'ailleurs proposer à nos membres. Preuve que le digital peut aussi créer, directement ou indirectement, de l'emploi. » Philippe Godfroid, Président d'UCM National.

Profil des co-fondateurs :

Jean-Pol Boone : <https://be.linkedin.com/in/jeanpolboone>

Jean-Noël Chamart: <https://be.linkedin.com/in/jnchamart>

Contacts presse

Jean-Pol Boone (jpol.boone@inoopa.com)
Tél: +32 478 888 398_

