

# Déjà deux prix cette année pour l'agence calaisienne spécialisée dans le e-commerce

## Apikom : la voie du succès sur le web

Installée à la pépinière Marcel Doret depuis le mois de mars, l'agence web Apikom a le vent en poupe. Les clients affluent, tout comme les récompenses. Les idées de développement ne manquent pas

Apikom, agence Web calaisienne, spécialisée dans le e-commerce, le webmarketing et le référencement, ne se limite pas à la création de sites. La société calaisienne accompagne également le client dans le développement de son entreprise. Son directeur général Anthony Courquin explique : « Le but c'est de l'amener à faire du chiffre d'affaires sur le web grâce au développement, au référencement et au webmarketing. On ne fait pas de sites vitrines, parce qu'un site vitrine, par théorie, se suffit à lui-même. Ce n'est que de la communication et ça ne nous intéresse pas. Ce qui nous intéresse, c'est ce qu'il y a derrière, le développement. »

Benolt, Matthieu, Sophie et Anthony sont tous ingénieurs et fourmillent d'idées. « Souvent le vendredi après-midi, on se réserve un créneau horaire pour sortir la tête de l'eau et balancer le plus d'idées possible. Cela dure une heure ou deux en fonction de la richesse de nos idées », sourit l'entrepreneur.

Des idées qui aboutissent à des projets comme le lancement du site Cigapote (voir page 8). « On souhaitait avoir nous-même un pied dans le e-commerce », explique Anthony.

### La volonté du Made in France

Chez Apikom, l'acheteur est roi. « Nous ne pressons pas les clients comme des citrons. » Anthony Courquin part du principe qu'il faut toujours dire la vérité au client. « Avec nous, il n'y a pas de mauvaises surprises. Si le site coûte plus cher que prévu, on le dit. Et si on s'aperçoit lors de l'étude de



Sophie Penet, Benoît Leulliette, Anthony Courquin et Matthieu Hibon (de gauche à droite) forment une belle équipe.

marché que c'est bouché, on en parle aussi. Après, c'est le client qui décide. Je dis ça parce que j'ai vu des trucs effarants cette année, des sites à 9 000 euros alors qu'ils n'en valaient pas la moitié. Un site e-commerce, ça a un coût mais on n'est pas là pour voler le client ! Certains se vantent d'avoir quinze ans d'expérience dans le domaine. Moi j'ai commencé en 2009 mais mes clients sont toujours là. »

L'autre particularité d'Apikom, c'est de faire du Made in France. « Tous nos clients sont français. On en a sur la Côte d'Opale mais pas seulement : à Orléans, Paris, Marseille, etc. Après ils vendent peut-être à l'étranger mais ça c'est autre chose. » Anthony Courquin privilégie le marché français par conviction, mais aussi pour une raison toute simple : « Le référencement est différent outre-manche. C'est une autre gymnastique. Cela nous prendrait trop de temps. » Or l'une

des principales forces d'Apikom c'est la réactivité. « Un bon site e-commerce c'est trois mois de travail et 6 000 euros. Après, tout dépend ce que l'on veut. » Des TPE, PME, Pure Player et autres magasins ont franchi le pas. Citons la marque de chaussures Nikita K, le magasin de meubles Meuble House, ou le spécialiste de la menuiserie Mateco.

Au total, Apikom travaille pour près de 30 clients, dont 50 % sont suivis régulièrement. « Le reste c'est du one-shot. Ce n'est pas notre but premier mais encore une fois on laisse le dernier mot au client. Et s'il a envie de revenir par la suite, c'est tant mieux. »

Le principal travail d'Apikom, au long terme reste le référencement national sur les moteurs de recherche, et surtout Google qui représente 90 % du marché. « Cela ne sert à rien d'avoir un beau site si personne ne le voit. » La société utilise différents leviers marke-

ting (emailing, filiation, google adwords, comparateur de prix) pour placer idéalement le site sur la première page. « On est moins cher qu'un salarié et plus efficace car on travaille à plusieurs. » Les chiffres parlent pour eux. Ainsi le site coindesfilles.fr est en première position sur le mot-clé « Colliers fantaisie » qui génère 1 000 recherches mensuelles en France, quand le site nikitak.com est deuxième sur le mot clé « chaussures de marque » qui génère 1 600 recherches mensuelles juste derrière Sarenza.

### Un projet qui pourrait faire le buzz au niveau mondial

Une efficacité louée à plusieurs reprises cette année. D'abord, le 30 mai lors de la 15e édition du Concours Talents BGE Littoral de la création d'entreprise. Ensuite le 5 septembre où Apikom a remporté le prix « Jeune créateur d'entreprise », décerné par ADITEC Pas-de-Ca-

lais. « Une reconnaissance », pour Anthony Courquin qui considère également ses prix comme « un encouragement » car il compte en avoir beaucoup d'autres. « Si c'est pour s'arrêter là, ça ne m'intéresse pas. »

En avance sur son business plan, Apikom compte embaucher une cinquième personne d'ici quelques semaines pour gagner en productivité et étendre son développement. « On travaille sur de nouveaux outils d'analyse très pointus et on est sur un gros projet qui pourrait faire le buzz au niveau mondial. » Et tout cela se fait depuis Calais. Qui plus est à la pépinière. « Une fierté » pour l'entrepreneur.

Anthony Courquin qui possède un DUT d'informatique, une licence en génie mathématique et informatique et un Master en ingénierie des systèmes informatiques a plusieurs cordes à son arc. Et il compte bien toutes les tirer.

J.P.

**Initiative** calaisis  
Un réseau. Un esprit