

CONSEIL
D'EXPERT

Jean-Claude Callens

expert en Web marketing
et référencement sur Internet,
créateur de l'agence web 3 clics

« Être visible en ligne grâce au référencement »

Pour gagner en visibilité sur le Web,
un certain nombre de paramètres sont à prendre
en compte et à soigner.

RAPPELONS D'ABORD L'INTÉRÊT D'UN BON RÉFÉRENCIEMENT SUR LE WEB...

Jean-Claude Callens. Les moteurs de recherche scannent chaque jour des millions de pages Web pour les classer et les indexer, afin de proposer des réponses pertinentes aux requêtes des internautes. En France, 90 % des recherches sont effectuées sur Google. C'est la première source de renseignements pour les consommateurs. Faire partie des résultats de recherche qui arrivent en tête permet à une entreprise de se faire connaître et d'attirer des visiteurs.

COMMENT BIEN SE PLACER ?

Il existe plusieurs possibilités. Dans le premier cas, on parle de référencement payant. Il consiste à acheter des mots-clés sur lesquels l'entreprise souhaite se positionner. Le tarif est fixé par les moteurs de recherche et dépend du niveau de concurrence. Dans le second cas, il s'agit du référencement naturel, ou l'art d'optimiser un site gratuitement. Pas de publicité, mais plus de 200 critères à travailler sur chaque page de son site pour figurer parmi les premiers résultats ! Une méthode complexe, mais qui permet de rendre une société visible sur le long terme, sans dépendre d'annonces publicitaires.

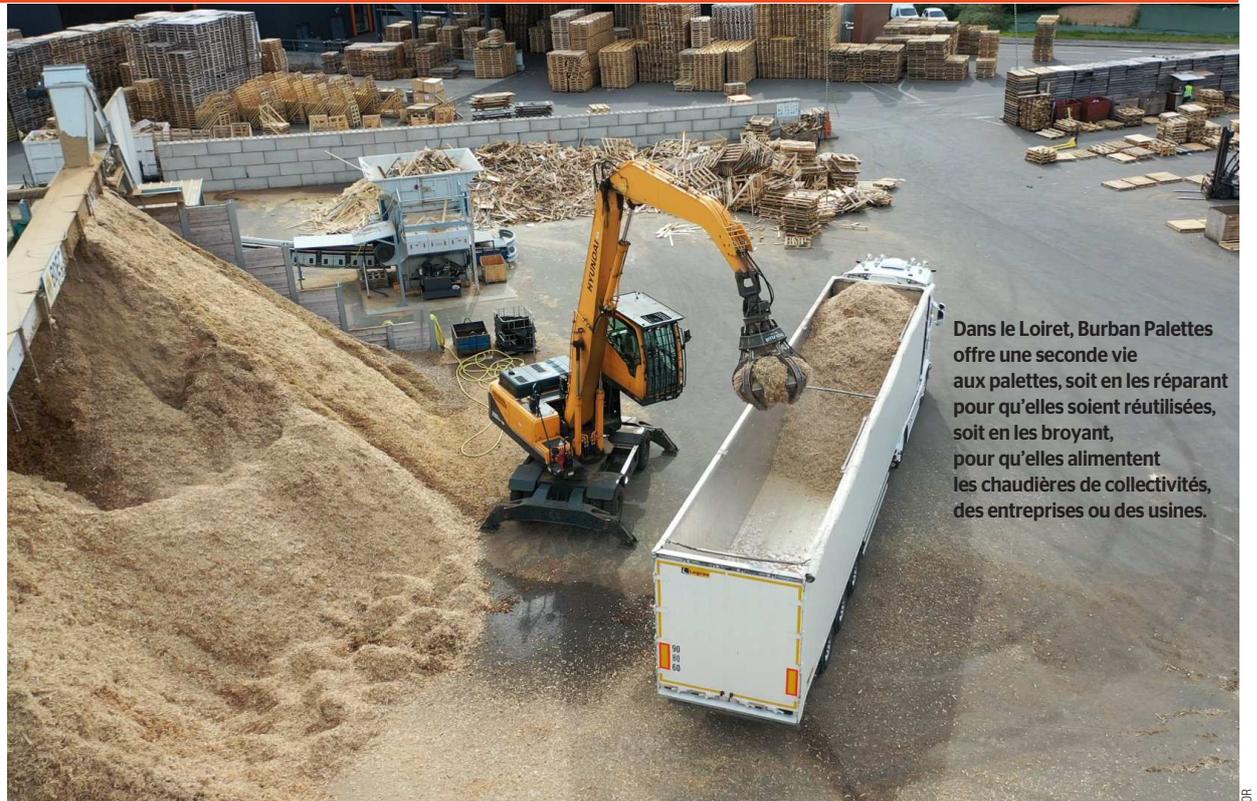
QUELS CRITÈRES RESPECTER ?

Pour être bien référencé, il faut répondre à trois conditions. La première : un site techniquement optimisé (adapté au mobile, temps de chargement réduit, balises pour décrire la page...). La deuxième est de proposer un contenu riche, c'est-à-dire utile et différenciant. Si les pages concurrentes proposent uniquement du texte, démarquez la vôtre avec des photos et des vidéos. Enfin, troisième prérequis : disposer d'une bonne notoriété. Pour l'évaluer, Google examine notamment le nombre et la qualité des liens qui pointent vers votre site.

DES TECHNIQUES POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE ?

Créer des pages très précises, basées sur une à deux expressions clés, permet d'attirer des visites moins nombreuses mais plus qualifiées. Ainsi, préférez travailler un contenu autour de « bonbons français au citron » plutôt que « bonbons ». Autre méthode : insister sur le local si le secteur le permet. Google My Business, qui est gratuit, fournit d'excellents résultats en la matière. Il permet de créer une fiche de votre établissement et le rendre visible sur Google Maps.

LAURIANE CNOCKAERT



Dans le Loiret, Burban Palettes offre une seconde vie aux palettes, soit en les réparant pour qu'elles soient réutilisées, soit en les broyant, pour qu'elles alimentent les chaudières de collectivités, des entreprises ou des usines.

Face à la pénurie de bois, ils donnent une seconde vie aux palettes

SUCCESS STORY Spécialisé dans la collecte, le tri et le recyclage des supports en bois, le groupe Burban Palettes affronte la crise en se diversifiant.

STÉPHANIE MARPINARD

CERTAINES AVENTURES

entrepreneuriales commencent par une simple rencontre. C'est le cas de celle de Didier Burban. Du haut de ses 22 ans, le jeune homme postule dans une société spécialisée dans la récupération de palettes et d'emballages en bois. Plutôt que de l'embaucher en tant que salarié, le directeur de l'entreprise lui propose de se mettre à son compte pour travailler avec lui en tant que sous-traitant et récupérer des palettes usagées dans les zones industrielles. Burban Palettes naît ainsi en 1989, à Chaingy, dans le Loiret.

Depuis, l'élève a largement dépassé le maître. La société compte aujourd'hui près de

600 collaborateurs et vient d'ouvrir sa vingt-quatrième agence à Jonquières, dans le Vaucluse. Sa spécialité ? « Notre activité principale est la revalorisation et le recyclage de palettes en bois. Nous nous chargeons de les récupérer auprès des industriels, de les trier, puis de les réparer afin de leur donner une nouvelle vie », explique Didier Burban.

15 millions d'unités traitées chaque année

Le groupe affiche un chiffre d'affaires de 8 M€, une croissance de 10 % sur les deux dernières années et pas moins de 2 000 clients issus de la grande distribution, la logistique, le transport, le stockage, l'agroalimentaire, la cosmétique ou encore l'industrie pharmaceutique. Près de 15 millions de palettes sont ainsi revalorisées chaque année et 50 000 par jour.

Dans le Loiret qui accueille, à Ormes, le siège social avec 120 collaborateurs et une agence basée à Neuville-aux-Bois de 40 salariés, les équipes traitent environ 15 000 palettes par jour.

Consciente de l'importance de la transition écologique et de la nécessité de préserver les ressources naturelles, la société mise également sur la revalorisation du bois en biomasse. Les palettes qui ne peuvent pas être réparées en raison de leur état sont ainsi broyées pour alimenter les chaudières de collectivités, des entreprises ou des usines.

Tensions sur la demande

Impacté par la crise sanitaire avec une baisse de 35 % de l'activité en termes de produits de vente et de produits récupérés, le Groupe Burban Palettes a également subi de plein fouet la crise du canal de Suez provoquée par le blocage d'un navire et la pénurie de bois neuf. Un manque de matières premières qui a généré des difficultés d'approvisionnement et une tension inédite sur la demande de palettes reconditionnées. « Aujourd'hui, nous ne

parvenons pas à répondre à 20 % de nos demandes, regrette le patron. Nous essayons de pallier ce manque en réduisant les volumes par client. Si une entreprise nous commande 10 000 palettes, nous lui en livrons 5 000 afin de réduire la tension du marché. »

Pour contourner cet écueil, l'entreprise a su très vite faire preuve d'agilité en redéployant toute son activité commerciale sur la revalorisation de palettes. Son nouveau leitmotiv ? S'affairer sur toutes les filières possibles pour récupérer des palettes. Là où la récupération de faibles volumes représentait peu d'intérêt, la flambée des prix les rendent aujourd'hui incontournables pour la réussite de l'entreprise. Et ça marche, puisque Burban Palettes accélère son développement et a déjà programmé l'ouverture de nouvelles agences dans le Sud et le Grand Ouest.



Burban Palettes compte plus d'une vingtaine d'agences en France.

2 000

clients font appel
aux services
de l'entreprise