

LIVRABLE D.1.1.2 GUIDE DES BONNES PRATIQUES

Introduction

Le projet LINC s'inscrit dans un contexte transfrontalier entre la France, la Wallonie et la Flandre, visant à renforcer la transformation numérique des « petites » entreprises structures (PME, TPE, acteurs associatifs) tout en favorisant leur ouverture au-delà des frontières. Ce guide constitue le livrable D.1.1.2, qui fait suite au diagnostic de maturité numérique (D.1.1.1).

Objectifs du guide

- Valoriser les enseignements du diagnostic.
- Donner des exemples concrets de transformations numériques réussies.
- Proposer des recommandations opérationnelles et réalistes.
- Inspirer les acteurs économiques ayant un potentiel transfrontalier.

Publics visés

- PME / TPE du territoire transfrontalier
- Acteurs associatifs, culturels, ESS
- Structures d'accompagnement : CCI, incubateurs, hubs numériques, OP locaux...

1. Présentation du projet LINC et de sa démarche

Le projet **LINC – Lien entre la Numérisation des entreprises et les Compétences** est un micro-projet transfrontalier financé par le programme **Interreg France-Wallonie-Vlaanderen**. Porté par l'association **Efficiencie Solidaire & Créative** en partenariat avec **MolenGeek**, il répond à l'objectif spécifique de renforcer la confiance mutuelle et la coopération territoriale entre la France et la Belgique en soutenant la transition numérique des entreprises et l'adaptation des compétences.

LINC s'appuie sur un constat partagé : la digitalisation représente à la fois une opportunité de développement économique et un risque d'exclusion pour les organisations qui ne parviennent pas à suivre le rythme des évolutions technologiques. C'est pourquoi le projet a été conçu comme une démarche globale et inclusive, articulée autour de plusieurs axes :

- **L'analyse approfondie des besoins numériques des entreprises et organisations transfrontalières**, afin de dresser un diagnostic partagé de leur maturité digitale, de leurs priorités stratégiques et des freins rencontrés dans leur transformation.
- **La définition des compétences attendues** pour accompagner cette transition, tant du côté des salariés en poste que des demandeurs d'emploi et des futurs recrutés.
- **La conception et l'expérimentation de formations et d'outils d'accompagnement**, spécifiquement adaptés aux réalités économiques et réglementaires des zones transfrontalières franco-belges.
- **La sensibilisation des acteurs de l'insertion professionnelle et des structures d'accompagnement** pour qu'ils puissent mieux orienter et préparer leurs publics vers les métiers numériques et les opportunités liées à la digitalisation.
- **La valorisation et le partage des bonnes pratiques**, à travers des guides, des études et des événements transfrontaliers, pour favoriser la diffusion des résultats au-delà des participants directs.

2. Les fondamentaux d'une transition numérique réussie

2.1. Enseignements tirés du diagnostic

- Les structures sont fortement motivées mais souffrent d'un manque de temps, de compétences internes et de repères.
- La communication digitale reste la première porte d'entrée (site, réseaux sociaux).
- Des sujets clés comme cybersécurité, automatisation, outils collaboratifs ou analyse de données restent peu maîtrisés.
- La dimension transfrontalière est rarement intégrée dans la stratégie numérique.

2.1. Enseignements tirés du diagnostic

- Les entreprises les plus avancées ont en commun :
- une vision stratégique claire, même minimaliste ;
- une montée en compétences interne (réfèrent numérique, formation continue) ;
- un accompagnement adapté (CCI, Digital Wallonia, France Num...) ;
- le choix d'outils simples, interopérables et adaptés aux PME.



Fiche Storytelling 1 : Easy Clothes (Wallonie, Belgique)

Fiche identité

- **Nom** : Easy Clothes
- **Type de structure** : PME / e-commerce et retail
- **Localisation** : Wallonie (Belgique)
- **Effectif** : Environ 45 salariés
- **Chiffre d'affaires** : Environ 25 M€ (2021)
- **Domaine** : Vente de vêtements féminins
- **Spécificité** : Forte stratégie digitale et développement cross-border France-Belgique

Récit de digitalisation

L'histoire d'Easy Clothes est emblématique d'une stratégie numérique nativement intégrée. Créée par deux entrepreneurs belges passionnés de mode, la marque débute sans magasin physique, uniquement via Instagram. L'entreprise construit progressivement une communauté engagée sur les réseaux sociaux, qu'elle transforme en base clients pour sa boutique en ligne.

Le site e-commerce devient rapidement le canal principal de vente. Easy Clothes choisit des outils simples mais efficaces pour gérer les flux, les commandes et les retours. En parallèle, la marque organise ponctuellement des pop-up stores en France (Lille, Paris), permettant de rencontrer les clientes, tester les tendances et renforcer la notoriété.

Cette stratégie mixte (digital first + présence physique temporaire) permet à l'entreprise de se développer rapidement sur les deux versants de la frontière, tout en gardant un modèle agile et maîtrisé.

Enseignements clés

- Le digital peut être le point de départ, et non un simple outil de soutien.
- Une communauté active sur les réseaux sociaux permet de co-construire l'offre.
- L'ouverture transfrontalière peut se faire sans structure lourde, grâce à l'e-commerce.
- Les points de vente éphémères sont une stratégie efficace pour tester un marché.

Bonnes pratiques à retenir

- Créer une présence digitale forte avant toute implantation physique.
- Utiliser des plateformes e-commerce standards pour conserver de la flexibilité.
- Intégrer les attentes clients dans le développement produit.
- Garder une vision transfrontalière même pour une TPE.

Fiche Storytelling 2 : Dagoma (Roubaix, France)

Fiche identité

- **Nom** : Dagoma
- **Type de structure** : PME industrielle / fabrication d'imprimantes 3D
- **Localisation** : Roubaix (Hauts-de-France)
- **Effectif** : Environ 50 salariés (estimation)
- **Chiffre d'affaires** : Non publié, mais croissance notable depuis 2016
- **Domaine** : Conception, fabrication et vente d'imprimantes 3D
- **Spécificité** : Numérisation intégrée dans le produit, la fabrication, la vente et la communauté

Récit de digitalisation

Dagoma est née en 2014 avec une ambition claire : rendre l'impression 3D accessible au plus grand nombre. Son modèle repose sur l'open source, le "do it yourself" et la fabrication locale. La structure mise d'emblée sur un modèle numérique intégral : à la fois dans le produit (machines connectées), le process (impression 3D en interne) et la distribution (vente en ligne, téléchargement de fichiers 3D).

Leur site web permet d'acheter les machines, de télécharger des modèles 3D à imprimer, de suivre les tutoriels, de commander des pièces de rechange. L'entreprise anime aussi une forte communauté sur les réseaux sociaux et travaille en lien avec les écoles, les Fablabs, les hôpitaux (notamment pendant la crise COVID pour fabriquer des visières ou outils médicaux).

Elle a aussi repensé ses modèles de production grâce à la fabrication additive : la majorité des pièces de ses imprimantes sont imprimées par ses propres imprimantes, sur place à Roubaix. Cela réduit les coûts, les délais, les déchets et permet une réactivité extrême en cas de besoin.

Enseignements clés

- La digitalisation peut être l'essence même du modèle d'affaires.
- L'impression 3D permet de relocaliser de façon intelligente.
- Créer une communauté en ligne fidèle est un véritable actif.
- Un modèle circulaire et personnalisable est valorisé par les clients.

Bonnes pratiques à retenir

- Miser sur l'open source et les plateformes communautaires.
- Développer une logistique interne numérisée (de la conception à la réparation).
- Exploiter les données clients pour adapter l'offre (kits, pièces, logiciels).
- Travailler en lien avec l'écosystème local : écoles, Fablabs, santé, industrie.

Fiche Storytelling 3 : Le Fourgon (France ↔ Belgique)

Fiche identité

- **Nom** : Le Fourgon
- **Type de structure** : Start-up / PME logistique – livraison de boissons et produits consignés
- **Localisation principale** : Siège à Lille, présence dans plusieurs villes de France et depuis 2025, à Liège (Belgique)
- **Effectif** : +200 salariés (estimation 2024), en forte croissance
- **Chiffre d'affaires** : Non public, mais levée de fonds de 8,2 M€ en 2023
- **Domaine** : Livraison à domicile de produits en bouteilles consignées (zéro déchet)
- **Spécificité** : Plateforme numérique + logistique durable + expansion transfrontalière

Récit de digitalisation

Le Fourgon a été lancé en 2022 avec une ambition claire : réinventer la consigne de bouteilles dans un modèle moderne, accessible, et durable. L'entreprise propose une commande 100 % en ligne via un site ou une application mobile. Le client choisit ses produits (boissons, produits d'épicerie), se fait livrer gratuitement à domicile, puis rend les bouteilles consignées à la livraison suivante.

Dès le départ, l'entreprise a misé sur le numérique comme socle central :

- Une plateforme de commande fluide, simple et ergonomique
- Un back-office de gestion des flux, tournées optimisées et retours
- Un tableau de bord de pilotage des performances logistiques et environnementales
- Une application mobile orientée expérience utilisateur

Le modèle repose sur une logistique circulaire et intelligente, avec des tournées organisées à flux tendu. L'expansion s'est faite d'abord dans les métropoles françaises (Lille, Bordeaux, Nantes...), puis vers la Belgique : Liège a été ouverte en novembre 2025, marquant une étape clé vers l'Europe du Nord.

Enseignements clés

- La digitalisation est ici un **vecteur de circularité et de relocalisation**.
- L'expérience utilisateur fluide est un **levier d'adoption écologique**.
- L'entreprise réussit à allier **modèle low tech** (consigne, réemploi) avec une **infrastructure numérique high tech**.
- Le développement transfrontalier est facilité par une **plateforme centralisée multilingue**.

Bonnes pratiques à retenir

- Concevoir le numérique dès le départ comme cœur du modèle économique, pas comme un outil secondaire.
- Miser sur la **simplicité d'usage et l'ergonomie** pour encourager des comportements durables.
- Utiliser le digital pour optimiser la logistique (réduction des kilomètres, livraisons groupées).
- Anticiper le développement transfrontalier avec une **architecture technique adaptable** (langue, fiscalité, points relais, etc.).

Fiche Storytelling 4 : Afitexinov Belgium (Lessines, Wallonie)

Fiche identité

- **Nom** : Afitexinov Belgium
- **Type de structure** : PME industrielle (géosynthétiques, matériaux techniques)
- **Localisation** : Lessines, Hainaut (Wallonie)
- **Effectif** : 20-50 salariés
- **Secteur** : Industrie manufacturière – géotextiles, solutions pour construction & environnement
- **Spécificité** : Transformation numérique progressive appuyée par les dispositifs régionaux (Digital Wallonia, accompagnement innovation)

Récit de digitalisation

Afitexinov Belgium est une PME spécialisée dans la production de géosynthétiques utilisés dans les travaux publics, l'environnement et le génie civil. Son challenge était clair : renforcer sa compétitivité, moderniser la production et fiabiliser la qualité, dans un secteur technique et exigeant.

1. **Digitalisation du suivi de production.** L'entreprise a progressivement intégré des capteurs, outils de mesure automatisés et systèmes digitaux de suivi qualité. Cela a réduit les erreurs, accéléré les contrôles et permis un pilotage temps réel de la production.
2. **Traçabilité numérique intégrale.** Afitexinov a déployé une solution de traçabilité complète : codes-barres, numérisation des lots, archivage automatique des documents techniques. Résultat : meilleure conformité, plus grande réactivité face aux demandes clients.
3. **Outils commerciaux modernisés.** Refonte du site internet, CRM professionnel, bibliothèque technique en ligne, suivi digital des demandes. Les équipes commerciales disposent désormais d'un accès centralisé aux données produits et chantiers.
4. **Montée en compétences internes.** Formations internes soutenues par Digital Wallonia : pilotage machine, CAO, analyse de données. La PME a capitalisé sur son équipe en renforçant ses compétences, évitant la sous-traçabilité technique

Enseignements clés

- Une PME industrielle peut intégrer l'industrie 4.0 par petites étapes.
- La digitalisation est un levier direct d'accès aux marchés internationaux.
- La traçabilité numérique renforce la confiance des donneurs d'ordre publics et privés.
- Former avant d'automatiser évite la résistance au changement.

Bonnes pratiques à retenir

- Commencer par la traçabilité et la gestion numérique des flux.
- Unifier données techniques et commerciales dans un CRM.
- Miser sur les dispositifs régionaux pour financer la transformation (Wallonie Entreprendre, Digital Wallonia).
- Construire une stratégie 4.0 progressive, adaptée à la taille d'une PME

Fiche Storytelling 5 : Muntuit (Flandre, Belgique)

Fiche identité

- **Nom** : Muntuit
- **Type de structure** : Association / ASBL
- **Localisation** : Flandre (Belgique), actions étendues en Wallonie et collaborations transfrontalières
- **Effectif** : Petite équipe (3 à 6 personnes selon activités)
- **Secteur** : Monnaies complémentaires, innovation sociale, outils numériques communautaires
- **Spécificité** : Développement et diffusion d'outils numériques dédiés aux monnaies locales et aux systèmes de participation citoyenne

Récit de digitalisation

Muntuit est une association flamande spécialisée dans la conception, l'animation et la professionnalisation des monnaies complémentaires et des systèmes d'échange locaux. Son rôle : aider des territoires, associations et communes à créer des dynamiques économiques positives via des outils alternatifs, souvent numériques.

Historiquement centrée sur l'accompagnement méthodologique, l'ASBL a progressivement intégré le numérique pour répondre à trois enjeux majeurs :

1. Rendre accessibles les monnaies locales à un public élargi

Muntuit a développé et soutient l'utilisation de plateformes numériques permettant :

- la gestion des comptes utilisateurs (citoyens, commerçants, associations),
- l'échange sécurisé de monnaie locale,
- le suivi des transactions,
- l'analyse des flux économiques territoriaux.

Ces outils évitent la gestion papier, réduisent les coûts et facilitent l'adoption par les usagers.

2. Un rôle transfrontalier lié à l'économie régénérative

Les systèmes de monnaies locales dépassent naturellement les frontières administratives.

Muntuit collabore régulièrement avec :

- des acteurs situés en Wallonie,
- des collectifs et chercheurs en France,
- des réseaux européens d'innovation sociale.

Cette dynamique en fait un exemple pertinent d'association qui agit dans un contexte interterritorial, avec des projets et des méthodologies pouvant s'appliquer en zone transfrontalière France-Belgique.

3. Accompagnement à la création d'écosystèmes numériques locaux

L'association accompagne les porteurs de monnaies locales dans :

- la définition d'une plateforme numérique adaptée au territoire,
- la formation des bénévoles et professionnels,
- la gouvernance participative,
- la sécurisation des flux.

Ces projets combinent innovation technologique et innovation sociale, en s'appuyant sur la montée en compétences des acteurs locaux.

4. Une approche centrée sur l'usage plutôt que sur la technologie

Le cœur du projet reste humain et territorial.

Le numérique sert à :

- simplifier les échanges,
- renforcer la confiance,
- rendre les systèmes plus fluides,
- stabiliser l'organisation interne,
- faciliter la participation citoyenne.

C'est un modèle reproductible pour d'autres associations de la zone transfrontalière souhaitant moderniser leurs pratiques administratives, leur gouvernance ou leur impact territorial.

Enseignements clés

- Le numérique peut renforcer l'innovation sociale et non la remplacer.
- Les outils digitaux facilitent la participation, la transparence et la gouvernance.
- La transfrontalité peut se faire par projets, réseaux ou méthodologies, même sans présence physique bilatérale.
- Les plateformes numériques permettent de rendre opérationnels des modèles complexes (monnaie locale, circuits courts, communautés).
- La montée en compétences internes est essentielle pour maintenir les outils dans le temps.

Bonnes pratiques à retenir

- Commencer par les besoins des usagers avant de choisir un outil numérique.
- Favoriser des solutions simples, sécurisées et accessibles pour les publics non experts.
- Documenter les processus (tutoriels, guides pratiques) pour accompagner les bénévoles ou partenaires.
- Développer une gouvernance partagée afin d'éviter la dépendance à un seul technicien ou prestataire.
- S'appuyer sur des réseaux européens ou transfrontaliers pour mutualiser les expériences et les outils.
- Garder une vision long terme : maintenance, évolutivité, appropriation communautaire.

4. Recommandations concrètes pour les PME

4.1 Par où commencer ?

- Réaliser un autodiagnostic de maturité numérique.
- Identifier 1 à 2 priorités (ex. visibilité web, outils collaboratifs).
- Définir un petit périmètre d'action : éviter les projets massifs.
- Nommer un référent numérique même sans expertise technique.

4.2 Comment choisir les bons outils ?

- Privilégier des solutions simples, modulaires, compatibles entre elles.
- S'appuyer sur des outils gratuits ou freemium (CRM, automatisation).
- Vérifier l'interopérabilité avec les outils existants.

4.3 Monter en compétences avec peu de moyens

- Formations gratuites (France Num, Digital Wallonia, MOOCs).
- Pair-à-pair : apprendre entre entreprises du territoire.
- Micro-projets internes (ex. créer un template, automatiser une tâche).

4.4 Où se faire accompagner ?

- France : CCI, CMA, France Num, HDFID.
- Belgique : Digital Wallonia, hubs numériques, clusters TIC.
- Transfrontalier : Interreg, Eurégio, réseaux entrepreneuriaux mixtes.

5. Les bonnes pratiques à adopter pour réussir sa transition numérique

L'analyse des entreprises présentées dans ce guide, croisée avec les enseignements du diagnostic, fait émerger un socle de bonnes pratiques que toute structure – même modeste – peut progressivement adopter pour réussir sa transition numérique. Ces bonnes pratiques s'articulent autour de six leviers clés :

1. Adopter une démarche progressive, centrée sur les besoins réels :

La digitalisation ne se fait pas « tout d'un coup ». Les entreprises les plus performantes ont commencé par identifier un ou deux leviers prioritaires (ex. : visibilité en ligne, facturation, partage documentaire), avant d'élargir. L'enjeu est d'éviter les outils superflus, en partant des usages internes ou des attentes clients. Les entreprises étudiées ont toutes commencé par des actions simples : communication digitale, facturation, outils collaboratifs, suivi des clients.

2. Développer une culture numérique partagée

La réussite ne repose pas seulement sur un outil, mais sur l'adhésion de l'équipe. Les structures qui forment en continu, qui valorisent l'apprentissage, ou qui créent des référents internes, progressent plus rapidement. Il est préférable de développer des compétences numériques de base dans l'équipe plutôt que d'externaliser 100 % des solutions.

3. Choisir des outils simples, interopérables et évolutifs

Les solutions plébiscitées sont souvent des outils légers, accessibles en ligne, compatibles avec d'autres services. Exemple : un CRM connecté à la facturation, un outil de marketing lié au site internet. Les logiciels open-source ou freemium permettent de commencer petit sans bloquer l'évolution future.

4. Documenter et formaliser les nouvelles pratiques

Une fois un outil mis en place, il est essentiel de clarifier son usage, de l'intégrer dans les routines, et de produire des guides internes, des tutoriels ou des protocoles simples. Cela facilite l'appropriation et la transmission, notamment en cas de turnover.

5. S'ouvrir au transfrontalier dès la conception

Pour les structures situées en zone frontalière, penser dès le départ à la langue, aux modes de paiement, aux obligations légales de l'autre versant permet de ne pas cloisonner sa stratégie. Même sans viser une implantation, on peut rendre son site bilingue, choisir une plateforme de paiement multi-devises, ou intégrer des mots-clés SEO adaptés aux deux territoires.

6. S'appuyer sur des ressources d'accompagnement locales

Aucune structure n'avance seule. Les entreprises performantes mobilisent les réseaux consulaires, les hubs numériques, les dispositifs publics (France Num, Digital Wallonia, etc.) pour monter en compétences ou se faire accompagner dans un projet plus technique.

Conclusion

La transition numérique est désormais incontournable pour les TPE/PME et associations, mais elle ne doit pas être synonyme de complexité. Le présent guide montre que des structures de toute taille, dans des secteurs variés, peuvent initier leur digitalisation de manière progressive et pragmatique.

En s'appuyant sur les ressources locales et les retours d'expérience, les entreprises peuvent non seulement moderniser leur fonctionnement, mais aussi élargir leur horizon en franchissant les frontières physiques ou numériques.