

SUCCESS STORY En cinq ans, Pixmania est devenue leader de vente de produits numériques

L'hyper cyber

Passer d'un quasi-réduit, à l'origine un réfrigérateur pour stocker les pellicules, à une surface grande comme trois terrains de football à Pantin (Seine-Saint-Denis) pour entreposer ses produits, c'est le parcours réalisé en cinq ans par Pixmania, le leader de la vente sur le Web de produits numériques. La petite pousse de l'Internet détonne un peu. Pas de marraines généreuses à ses débuts. Pas de levée de fonds tonitruante. Ni de gabegie non plus. Mais deux frangins flanqués d'un oncle et d'un papa.

On est à la fin de 1999. Les parents ont alors envie de se retirer et cherchent à vendre l'affaire familiale. Jean-Emile a 21 ans et son frère Steve en a presque 25. Les deux frères Rosenblum rêvent de l'Internet. Pourquoi ne pas créer un site de développement photos? "On a vite vu qu'on allait se planter, raconte Steve aujourd'hui. Personne n'avait d'appareil photo numérique et encore moins de connexion Internet à haut débit." D'où l'idée de commencer par vendre... des appareils photo. La quête des fonds, démarrée en pleine bulle Internet, va prendre deux ans.

PHOTOS DE NAISSANCE

Les deux frangins ne démarrent pas de rien. L'oncle et le père gèrent une petite affaire prospère, les Laboratoires parisiens. Numéro un de la photo de naissance et spécialiste de la collecte et du développement des pellicules photo sous la marque Press Labo. Pas vraiment la modernité. Mais cela rapporte. Les frères décident de reprendre toute l'affaire et de s'en servir de base pour se développer sur le Web. Il faut trouver 45 millions d'euros pour acheter 100 pc du business familial. Mais le premier investisseur pressenti se dérobe à la fin de 2000. Les attentats du 11 septembre font recu-

ler à l'automne 2001 une seconde brochette de capital-risqueurs.

C'est le banquier traditionnel de la famille qui va débloquent le premier des fonds, suivi d'une société de capital-risque: elle va injecter la somme - plutôt modeste - de 6 millions d'euros. Avec le recul, Steve se félicite: "On a fait tous les développements avec zéro euro".

Les Laboratoires parisiens, rebaptisés Fotovista, dégagent assez de gras pour assurer l'expansion ultrarapide de Pixmania et ce, sans nouvel apport de capital. "Cela nous a évité de faire des bêtises. On n'avait pas les financiers sur le dos pour nous dire comment gaspiller l'argent".

Exemple: pour la logistique de l'entrepôt à Pantin, Pixmania aurait pu s'adresser à un professionnel pour concevoir une superchaîne de traitement de la livraison des commandes. "Mais on s'est aperçu que personne n'avait vraiment de savoir-faire sur le sujet". Pixmania a donc imaginé tout seul sa solution. Aujourd'hui, c'est son point fort: un entrepôt où sont stockées 10 000 références, proposées environ 15 pc moins cher que dans une boutique traditionnelle. Un produit commandé le

à Paris par coursier, retire dans l'un des deux "points-retrait" d'Ile-de-France, ou porté à domicile dès le lendemain en France ou à l'étranger. Pixmania livre dans vingt pays.

AMBIANCE COSMOPOLITE

Dans un ballet silencieux, les chariots de manutention Fenwick, assistés d'une petite centaine de salariés, s'activent le long de plusieurs kilomètres de rayons. "À Noël, c'était de la folie, raconte un responsable de l'entrepôt. Les palettes de colis prêts à partir montaient jusqu'au plafond". Et Steve Rosenblum, le patron, d'insister sur le stock: "Tout se joue surtout à la fin de l'année. Il faut programmer les achats très à l'avance". Il faut aussi avoir les moyens de les financer. À Pantin, les stocks mobilisent 70 millions d'euros. Le cybermarchand ne sous-traite, ni ne délocalise aucune tâche. Tout est "internalisé", confirme Ping-ki Houang, l'un des responsables de Pixmania.

Au siège, avenue de la Grande Armée à Paris, le groupe emploie 350 salariés. Dans une ambiance cosmopolite. Sur le plateau du service clientèle ou celui du marketing, les drapeaux marquent les territoires: Suède, Grèce ou Portugal. "Nous recrutons des natifs, aussi bien pour développer les sites Internet [la Lettonie, la Lituanie et l'Estonie sont en cours de création] que pour répondre aux appels des clients". Pixmania estime surtout qu'il est vital que les gens se côtoient: "Cela permet d'être plus réactif". Pour tous les pays, un seul service achat, et une force de frappe qui grossit tous les ans: 245 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2004 et 400 millions prévus pour 2005. À titre de comparaison, le site Internet de la Fnac a fait 66 millions d'euros de chiffre en 2004.

Catherine Maussion
© Libération

matin peut être livré l'après-midi

Dans l'entrepôt
de Pixmania,
15 000 références,
proposées 15 pc
moins cher
que dans
une boutique
traditionnelle.



zapping

Navigation mortelle

■ Un joueur en ligne de Shanghai a tué à coups de poignard un concurrent après la vente par ce dernier de son "sabre dragon" utilisé dans le populaire jeu en ligne "Legend of Mir 3". Ce jeu met en scène des héros et des méchants, des sorciers et des guerriers, qui brandissent souvent d'énormes épées. Aucune loi ne reconnaît la possession d'armes virtuelles en Chine.

Les Allemands fans de Firefox

■ La première étude européenne sur l'utilisation de Firefox, menée dans cinq pays européens (France, Allemagne, Royaume-Uni, Italie et Espagne) révèle que près d'un internaute allemand sur cinq utilise aujourd'hui le navigateur Firefox de Mozilla. Avec pour corollaire le fait que "pour les sites ayant vocation à toucher un public allemand, les tests de compatibilité avec Firefox deviennent un impératif incontournable", indique l'étude.

Retour du pop-up

■ Annoncés par le site www.journaldunet.com ce vendredi: le retour du pop-up que la plupart des grands portails s'apprêteraient à remettre au goût du jour, le passage au payant de Google. Autant de nouvelles bidons qui sentaient le poisson... d'avril.

déclic

Par Nicolas de Béthune

Mes Seuls Noms

■ Parmi toutes les applications qui permettent de "chatter" sur Internet, MSN Messenger est l'une des plus utilisées par les internautes. Et ses multiples options ont déjà permis à des milliers de résidents du monde entier de communiquer au-delà de toutes les frontières. MSN est disponible gratuitement

pour tous et chacun peut l'installer librement sur sa machine. Seulement, cette liberté peut parfois se transformer en contrainte dès lors que certains utilisateurs abusent de cette facilité à contacter d'autres membres. Aussi, il existe une possibilité de recevoir des messages ne provenant que des membres de sa propre liste de contacts et de n'afficher son statut de "disponibilité" qu'à ceux-ci.

Pour ce faire, il suffit d'ouvrir MSN Messenger et de cliquer sur "Outils" dans la barre de menu. Dans le menu déroulant, choisir les "Options". Une fois la nouvelle fenêtre ouverte, dans l'onglet "Confidentialité", il n'y a plus qu'à cocher la case "Autoriser seulement les contacts de ma liste verte à voir mon statut et à m'envoyer des messages".

interactif

Le coût de savoir

par cedric.petit@lalibre.be

■ Y aller ou pas? Après l'annonce par Google de son partenariat avec les principales bibliothèques anglo-saxonnes pour la numérisation et la mise à disposition sur le Web de plusieurs millions d'ouvrages, le débat fait forcément rage. Progrès majeur, par la possibilité d'offrir une diffusion mondiale au savoir universel? Ou moyen pour la société américaine de monopoliser la connaissance - en la soumettant par ailleurs aux diktats de la publicité (à qui il reviendrait de décider ce que l'on doit savoir)? Enfer ou paradis? Le président français Chirac a tranché en donnant l'impulsion d'un programme de numérisation à l'échelle européenne. Ambition avouée: contrecarrer les plans "cauchemardesques" (dixit l'écrivain Alberto Manguel) de Google et le recul prévu de l'intelligence du Vieux Continent sous le joug linguistique anglo-saxon. Encore que le débat ne se limite pas à cette opposition, mais englobe, à l'instar du dossier "musique en ligne", l'épineuse question des droits d'auteurs. Avec un paramètre supplémentaire: un modèle payant est-il tenable étant donné que l'essentiel du savoir universel est déjà versé dans le domaine public? Vastes débats en vue...