



PACA

Le rapprochement des leaders français et britannique va donner naissance au premier groupe européen de solutions d'e-commerce. Oxatis compte 6.500 abonnés totalisant 200 millions d'euros de ventes. Son dirigeant espère doubler son activité d'ici à trois ans.

Internet : la plate-forme Oxatis met la main sur Actinic

Depuis leur dernière levée de fonds il y a un an, les cofondateurs d'Oxatis, Marc Schillaci et Marc Heurtaut, cherchaient une cible de prestige pour s'implanter en Grande-Bretagne, le marché européen de l'e-commerce le plus mûr. Celle qu'ils ont finalement cueillie dépasse leur espérance : elle s'appelle Actinic et figure outre-Manche comme la référence absolue des logiciels de fabrication de sites marchands. Le fondateur de la marque est une star d'Internet, puisque sa société avait été la première du Net cotée en Europe.

Depuis, Actinic a subi les assauts des nouveaux modes de distribution de logiciels en ligne, les « software as a service », ou SaaS. La marque n'en reste pas moins le chouchou des petits commerces

en quête d'une solution pour développer leur premier site. Malgré l'agressivité de la concurrence, ses produits sont encore utilisés par 11.000 marchands britanniques qui réalisent chaque année 9 millions de transactions pour un total de 900 millions de livres.

Boutiques clés en main

Fondé en 2001 à Marseille, Oxatis compte de son côté 6.500 abonnés totalisant 2 millions de transactions annuelles et 200 millions d'euros de ventes. « Notre rapprochement permet de créer le premier groupe européen de solutions d'e-commerce avec un volume d'échanges marchands de plus de 1 milliard d'euros », explique son président, Marc Schillaci.

Pour réussir l'absorption d'Actinic sans risquer de perdre sa précieuse

base de clientèle, Oxatis, qui emploie une cinquantaine de salariés, a créé une filiale outre-Manche pour continuer d'exploiter sous leur nom historique les actifs de la société bri-

« Notre plate-forme reflète la même diversité qu'une rue commerçante. »

MARC SCHILLACI, PRÉSIDENT D'OXATIS

tannique : notamment, sa marque, son portefeuille d'adresses, son trafic. « Les clients d'Actinic auront le choix de conserver leur solution ou de migrer vers nos outils », dit le patron.

Son modèle est fondé sur une structure de services en ligne per-

mettant à quiconque de publier seul une vitrine ou un site, sans compétence technique, moyennant un abonnement d'environ 50 euros. « Notre plate-forme reflète la même diversité qu'une rue commerçante », explique Marc Schillaci. La formule connaît un succès croissant en France avec 400 nouveaux sites par mois.

Oxatis dispose de plusieurs longueurs d'avance, notamment grâce à des accords de partenariat qui permettent à ses clients de bénéficier de services exclusifs. Par exemple, la possibilité de lier son site marchand directement aux pages d'eBay, d'Amazon ou de Facebook. Le patron estime pouvoir doubler son activité d'ici à trois ans.

PAUL MOLGA
CORRESPONDANT À MARSEILLE