

PACA

Depuis son siège marseillais, Oxatis commercialise des logiciels de création de sites marchands en Europe. Une plate-forme qui va maintenant se développer au Canada.

Logiciels : Oxatis s'attaque au marché nord-américain

DE NOTRE CORRESPONDANTE
À MARSEILLE.

Les chiffres sont impressionnants, mais en matière de e-commerce, les courbes sont, il est vrai, exponentielles. Huit ans après sa création, la petite société marseillaise Oxatis revendique la création d'un site marchand sur trois en France, soit un toutes les deux heures ! Depuis un an, l'effectif a fait un bond de 12 à 33 salariés, le chiffre d'affaires est passé de 1,3 à 2 millions d'euros et devrait atteindre 3,5 millions sur le prochain exercice, clos en juin 2010.

Et après s'être lancé sur les marchés espagnol, italien et anglais depuis deux ans, l'entreprise s'apprête à franchir l'Atlantique pour installer une filiale au Ca-

nada avec un partenaire local. « *Nous allons investir 600.000 dollars canadiens (382.000 euros) en trois ans avec l'objectif de diffuser au Québec comme sur l'ensemble du Canada, pour maximiser la commercialisation dans les langues que nous développons déjà* », explique Marc Schillaci, président du directoire d'Oxatis. Dans le même ordre d'idée, il lorgne ensuite l'Amérique latine.

Oxatis se présente comme une plate-forme de commerce en ligne qui fournit logiciel, conseils et applications techniques à tous ceux qui veulent créer leur site marchand. « *Nous ne créons pas de site mais nous fournissons les outils pour le faire y compris dans les relations avec les banques* », précise le dirigeant, qui estime

que le plus difficile dans ce métier, c'est de suivre les évolutions techniques permanentes du Web et de se faire connaître.

Travail d'évangélisation

Cette idée d'entreprise, il l'avait déjà testée aux Etats-Unis en créant la plate-forme de commerce en ligne Ebz.com en 1998, cédé deux ans plus tard à un groupe canadien. Oxatis sera fondée sur le même modèle, juste après l'éclatement de la bulle Internet, mais les premières années seront difficiles car le commerce en ligne peine à démarrer en France. « *Ce n'est qu'en 2006-2007 que les choses ont vraiment explosé mais il reste des marges de progression quand on sait qu'en France, 2 % seulement des ventes se font en ligne contre 8 % à 10 %*

en Grande-Bretagne ou aux Etats-Unis », relève Marc Schillati.

Fort de cette expérience, en 2007 il a choisi de s'implanter sur l'Espagne et l'Italie, où l'e-commerce est encore peu développé, mais en gérant tout depuis le siège à Marseille. « *Je voulais m'assurer une position de leader à un coût raisonnable sur un marché encore immature mais cela reste encore limité, notamment en raison des problèmes de livraison localement* », reconnaît-il.

En mai 2008, Oxatis a levé 2 millions d'euros pour assoier ses positions et se développer sur d'autres marchés. Avec le sentiment que pour booster l'e-commerce, il faut mener un véritable travail d'évangélisation sur certains marchés.

BRIGITTE CHALLIOL