

LE COMMERCE EN FRANCE

LES PRINCIPAUX SITES INTERNET

- CDISCOUNT
- BOOSTORE
- GROSBILL
- DSG INTERNATIONAL-PIXMANIA.COM
- RUEDUCOMMERCE
- AMAZON.COM
- GROUPE LDLC.COM

LE COMMERCE EN FRANCE



CDISCOUNT

LE COMMERCE EN FRANCE

CDISCOUNT.COM

- créé en décembre 1998 par les frères Hervé, Christophe et Nicolas Charle, Cdiscount est depuis février 2000 filiale du Groupe Casino. En septembre 2008, le Groupe Casino a porté sa participation directe et indirecte à 79,6 % du capital et adopté une nouvelle structure avec Conseil d'administration, ce dernier étant composé des fondateurs et de représentants de Casino.
- Le site s'est imposé comme l'un des principaux sites de vente en ligne français avec un chiffre d'affaire supérieur en France à 1 milliard d'euros TTC sur l'ensemble de l'année 2009.
- Cdiscount.com consiste en un magasin en ligne, organisé en 8 univers principaux permettant d'acheter des produits ou services multiples. Pour accompagner son expansion Cdiscount a élargi son offre en appliquant son modèle aux marchés à fort potentiel de croissance (financement, assurance, abonnement mobile, voyage, vin...).
- Cdiscount a ouvert un magasin physique pilote situé au Bouscat (en périphérie de Bordeaux) qui grâce à la technologie déployée (échange en temps réel des informations issues des systèmes d'informations du site) pratique les mêmes prix que sur le web tout en concentrant son offre physique sur les meilleures ventes du site.
- En décembre 2008, Cdiscount a lancé un service de téléchargement/location de films gratuit[2]. Les films en question étaient verrouillés par des DRMs et il était impossible de les lire sans disposer de Windows et Internet Explorer, ce qui pose des problèmes d'interopérabilité. Ce système, financé par les annonceurs, n'offrait aux internautes que quelques films au maximum chaque semaine. Une page de publicité précédait les films, et les films proposés étaient surtout des concerts filmés de différents groupes et chanteurs actuels et moins actuels. Le 15 juin 2009, Cdiscount a diffusé le film Amerrika, deux jours avant sa sortie au cinéma. Cette avant-première proposait initialement aux 10 000 premiers internautes le téléchargement du film mais il a vite été déprogrammé, en raison de la pression des exploitants.
- La société est basée à Bordeaux, en Gironde. Les références actives sont entreposées dans la zone unique, à proximité de Bordeaux. Le site de Cestas Pot au Pin accueille ainsi la totalité des capacités logistiques de Cdiscount.

LE COMMERCE EN FRANCE

CDISCOUNT.COM



LES DONNES CLES

- depuis Février 2000
 - CDISCOUNT.COM est une filiale du groupe CASINO
- 2009
 - 886 employés
 - 30 000 commandes par jour en moyenne
 - CA : supérieur à 1 milliard euros TTC en France (janvier 2009 à décembre 2009)
 - 100 000 m² d'entrepôts
- 18 magasin en ligne
 - DVD
 - musique
 - jeux vidéo
 - librairie
 - voyages
 - bijouterie
 - informatique
 - prêt à porter
 - maison
 - brioc-jardin
 - commerce équitable
 - cosmétique
 - image et son
 - photo-développement
 - téléphones mobiles-logos sonneries
 - électroménager
 - foire aux vins
 - billetterie

LE COMMERCE EN FRANCE

CDISCOUNT.COM

Cdiscount, qui a perdu de 10 à 20 millions d'euros environ par an pendant une dizaine d'années, aurait enfin atteint l'équilibre. "Sur l'année 2009, notre chiffre d'affaires s'élève à 840 millions d'euros HT et nous sommes rentables", affirme Emmanuel Grenier, président du directoire du site marchand. Les analystes évoquent un résultat net 2009 de 5 à 6 millions d'euros sur le périmètre français, qui ne prendrait pas en compte les lourdes pertes subies sur les marchés britanniques et allemands.

Pour la première fois cette année, Cdiscount réalise un chiffre d'affaires (TTC) annuel, supérieur à un milliard d'euros.

Ce succès confirme l'attractivité commerciale de Cdiscount.com, construite depuis sa création sur une politique de prix agressive.

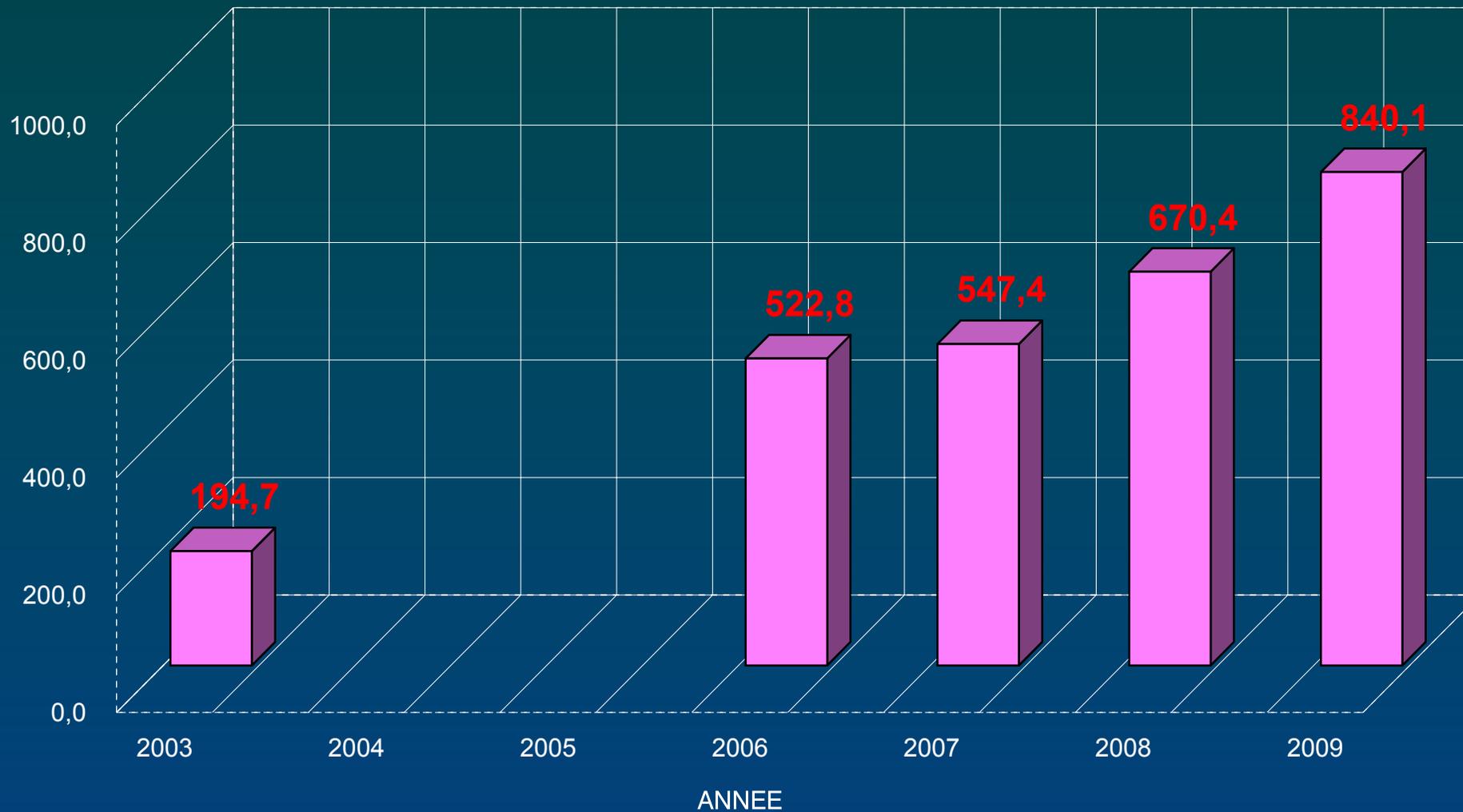
Parallèlement, en 2009, le site a mis l'accent sur les services. En développant notamment son offre de livraison en points retraits, 80 points de cette nature ayant été ouverts et de nombreux autres étant à l'étude en 2010.

L'entreprise précise par ailleurs que l'année 2010 se présente sous les meilleurs auspices. Le site aurait en effet réalisé plus de 10 millions d'euros de chiffre d'affaires sur la seule journée du mercredi 6 janvier, premier jour des soldes d'hiver.

Cdiscount.com, filiale du groupe Casino, propose plus de 100 000 références réparties autour d'une vingtaine de magasins en ligne : DVD, jeux vidéo, informatique, TV, Hi-fi, photo, téléphonie, GPS/auto, petit et gros électroménager, sport, textile, chaussures, vin, jouets et services.

LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES CDISCOUNT



LE COMMERCE EN FRANCE



BOOSTORE

LE COMMERCE EN FRANCE

BOOSTORE.COM

- A cette offre large, Boostore promet d'ajouter le service et les prix. «Sur internet, il existe des sites avec du choix et le service mais qui n'ont pas les prix et de l'autre côté des sites qui ont les prix mais qui n'ont pas la largeur de l'offre et le service », indiquait Guy Yraeta pour expliquer ce que Boostore apportera de plus selon lui, sur une Toile déjà encombrée par les ecommerçants. En matière de prix, Carrefour promet que Boostore sera « très agressif » et rappelle que ses concurrents sont les autres grands distributeurs du Net.
- S'agissant de son fonctionnement, le site est pour partie autonome et pour partie le prolongement en ligne, des hypermarchés. Pour sa logistique, Boostore fonctionne avec deux entrepôts dédiés. Le premier expédiera les produits légers et peu encombrants (moins de 30 kg et de 1,5 mètre) soit 80% des références environ et le second les produits pondéreux ou volumineux soit les 20% restants. Les produits seront soit livrés au domicile des clients et mis en service si besoin, soit déposés à leur demande dans l'un des 3400 points de retrait colis Kiala. Voilà pour l'autonomie. Pour le reste, Boostore se repose largement sur la branche hypermarchés pour ses achats et ses besoins informatiques et sur les 217 magasins qui serviront de point relais pour le service après-vente.
 - La puissance d'achat du Groupe Carrefour permet d'offrir régulièrement sur BOOSTORE, des produits avec un excellent rapport qualité prix bénéficiant de la garantie Carrefour.
 - De plus, ces produits sont sélectionnés par notre équipe d'acheteurs spécialisés, leurs volontés étant de vous offrir chaque jour des produits performants au meilleur prix.

LE COMMERCE EN FRANCE

BOOSTORE.COM

- Boostore le nouveau bras armé de Carrefour sur le Net
 - Dédié aux produits non alimentaires, le nouveau site de e-commerce de Carrefour a ouvert le 19 juin 2006. Il propose 1,125 million de références dont 1 million en téléchargement. Il s'appuie fortement sur les hypers du groupe.
- Avec 1,125 million de références dans son catalogue, Boostore.com est présenté comme « le multispécialiste à la gamme la plus large sur internet ». De fait, Boostore couvre près d'une dizaine de secteurs dont les produits éditoriaux (livres, CD, DVD, jeux vidéo, logiciels), la micro-informatique, l'électronique grand public, l'électroménager, le développement photo, les articles de sport (fitness, cycle, piscine), les fleurs, la billetterie spectacle et enfin le fuel...
- A ceux qui n'y trouveront pas leur compte, l'offre n'est pas exhaustive et elle évoluera dans les mois à venir. Ainsi le textile s'ajoutera à la liste des produits en vente sur le site au premier semestre 2007.
- En 2008, le site a changé de nom pour faire apparaître le nom du groupe auquel il appartient dans son nom. Il devient ainsi Carrefour Online. L'ancienne adresse de Boostore renvoie au nouveau site.
- Carrefour.fr en quelques mots ?
- Disponibilité des produits, sécurité du paiement, respect de votre vie privée, large choix de paiement, livraison dans les délais, garantie et savoir du Groupe Carrefour, service après vente à l'écoute, réseau de réparation du Groupe Carrefour pour un shopping facile et rapide ! Tout cela Carrefour.fr vous l'offre, mais encore bien plus
 - magasin
 - sports
 - brico-jardin
 - gros et petit électroménager
 - informatique
 - image et son
 - photo
 - téléphonie
 - livre et musique
 - livres numériques
 - vins

LE COMMERCE EN FRANCE



GROSBILL

LE COMMERCE EN FRANCE

GROSBILL.COM

- GrosBill est une filiale du groupe Auchan
- Depuis 1998, en magasin ou sur Internet, GrosBill.com est l'un des leaders de la vente de produits high tech à bas prix.
- GrosBill.com s'appuie sur l'expertise et le savoir-faire du Groupe Auchan, tant au niveau des achats que du rapport qualité/prix et du service à la clientèle.
- Grosbill, 100% web et magasin depuis sa naissance, est le spécialiste incontournable de l'informatique et du numérique ainsi que des nouvelles technologies sur Paris et Internet.
- les chiffres clés 2007:
 - +de 1300 clients par jour.
 - CA TTC 2007 : 100 Millions euros
- Une newsletter qui tient informés chaque semaine plus de 160.000 adhérents.
- Actualités - Top des ventes - Promos - Dossiers complets et Nouveautés sur www.grosbill.com
- En 2007 plus de 631000 clients
 - 3 magasins en région parisienne
 - 1 à Lille
 - 1 à Lyon
- Les chiffres clés 2009 :
 - En 2009, 730 660 clients ont fait confiance à GrosBill.
 - Des prix de 10 à 30% moins chers que la grande distribution traditionnelle
 - 8 magasins
 - 4 magasins en région parisienne
 - 4 magasins en province



LE COMMERCE EN FRANCE

GROSBILL.COM

- Le spécialiste de la vente d'informatique sur internet et en magasins a inauguré son quatrième point de vente à Lille. Son réseau comptera 5 unités avec l'ouverture de Lyon fin 2007
- Fidèle à son concept, la filiale d'Auchan qui prévoit 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2007, ouvre deux magasins dont la surface de vente (200 m²) reste inférieure à 300 m² (le seuil à partir duquel, un magasin ne peut ouvrir qu'avec une autorisation en CDEC, ndlr). La surface de vente est un espace d'accueil, de conseil et d'encaissement.
- Tout le stock produit est déporté dans une vaste réserve (800 m² à Lille, 600 m² à Lyon) située à l'arrière de la surface de vente. C'est la solution que GrosBill a trouvé pour garantir la disponibilité produit tout en limitant ses surfaces de vente.
- Dans un vrai modèle click & mortar, les magasins sont également complémentaires du site marchand (30% des ventes en ligne et 70% en magasins). Les clients qui ont réservé leur ordinateur sur le Web peuvent par exemple le payer et le retirer en magasin et éviter de payer les frais de port.
- Un catalogue produit (XML feed) regroupant les 8.000 produits référencés sur GrosBill.com
- L'actuel dirigeant, Jean Monnier est également le fondateur d'Auchandirect.fr (le site d'e-commerce d'Auchan consacré aux courses alimentaires livrées à domicile).

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG INTERNATIONAL

- DSG INTERNATIONAL
- LES ENSEIGNES DSG INTERNATIONAL
- LES CHIFFRES CLES
 - DSG INTERNATIONAL EN FRANCE
 - FOTOVISTA
 - PIXMANIA.COM
 - LES FILIALES DE PIXMANIA.COM

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international

- La Société a été fondée par Charles et Michael Kalms Mindel en 1937 dans la High Street en Southend sous le nom de Dixons Studios Limited. Le nom de Dixons, sélectionnés au hasard dans l'annuaire téléphonique, a été suffisamment court pour tenir au-dessus de la petite boutique . Au début des années 1940, la Société a acheté sept studios dans la région de Londres, mais à la fin de la guerre, l'entreprise a été réduite à un seul studio à Edgware . Kalms Stanley, le fils du fondateur, a rejoint le d'affaires en 1948 et a commencé à la publicité des produits de l'entreprise dans la presse
- En 1950, la société a commencé à vendre des appareils photo et en 1957 a ouvert un nouveau siège social et centre d'achat à Edgware pour accueillir le personnel traitant de 60.000 clients par correspondance et de fournir un soutien administratif à ses six magasins
- La société a été cotée à la Bourse de Londres en 1962 de changer son nom à ce moment à Dixons Photographic Limited. Il a racheté les concurrents, Ascotts, en 1962 et Bennetts, en 1964
- En 1967, la Société a acheté un laboratoire de traitement de de photo couleur de 7900 m² de surface à Stevenage
- Charles Kalms a été remplacé par son fils Stanley en 1971. En 1972, la Société a acquis un autre concurrent, Wallace Heaton et en 1974 elle a ouvert ses Stevenage Centre de distribution .
- En 1982, la Société a présenté sa propre Saisho marque propre et une gamme de produits électroniques.
- La Société a acheté Currys, un distributeur électrique, avec Mastercare, appareil électrique à l'échelle nationale, l'organisation des services en 1984, puis la Supasnaps chaîne de magasins de photo en 1986, puis en 1987 Silo, aux Etats-Unis le troisième plus grand distributeur d'énergie .

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international

- En 1993, la Société a racheté Vision Technology Group (VTG), qui exploite les magasins opérant sous la marque mondiale de PC à Croydon, Lakeside Shopping Centre, Brentford et Staples Corner. Plus tard dans l'année, la société a vendu VTG mail de la division, Dixons US Holdings Inc et Supasnaps
- En 1994, la première Dixons Tax Free magasin ouvert à Heathrow Terminal 3. La Société lance la première entreprise en communications. Le siège social est transféré à Hemel Hempstead. La Société a acquis DN Computer Services, un revendeur d'affaires, en 1996
- La Société a acquis les actifs de détail de Harry Moore Ltd, basée en Irlande-électricité détaillant, ce qui permet au groupe de renforcer sa présence en Irlande. En 1997, Telecom Securicor Cellular Radio Ltd (Cellnet) a acheté 40 pour cent du capital de The Link Dixons et le site a été lancé. En 1998, Freeserve, le service internet gratuit, a été lancé: il a été ensuite vendue à France Telecom et rebaptisé Wanadoo. En 1999, la Société a annoncé l'acquisition de Elkjøp ASA, un chef de file des détaillants dans les pays nordiques .
- En 2002, acquis UniEuro, un chef de file basé en Italie distributeur électrique , ainsi que Genesis Communications, l'opérateur d'un service de téléphonie mobile . La société a également ouvert son premier magasin Electro World en Hongrie
- En 2005, la Société a acquis un intérêt dans Eldorado Group, le plus important détaillant électrique en Russie et en Ukraine, avec une option d'achat en 2011 à un prix fixe de 1,9 milliard de dollars (1 milliard de livres) .
- La Société a reçu le Queen's Award for Enterprise, en 2006 et a également annoncé que la marque Dixons continuera purement en ligne, et que tous les magasins Dixons serait rebaptisé Currys.digital. Cette même année, la Société a acheté 75% de Fotovista, un français photographique d'affaires
- En Janvier 2008, la Société a annoncé qu'elle allait cesser de vendre des téléviseurs analogiques de PC World, Currys pour des télévisions digital . les Digital TV seront vendus dans un soucis de préparer les consommateurs pour le passage au numérique au Royaume-Uni .

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international

- En Mai 2008, la Société a annoncé , qu'il va se fermer 77 de ses 177 magasins du Royaume-Uni Currys.digital Cela fait partie d'un plan de réduction des coûts visant à économiser 50 millions de livres sterling en 2008-9. Cela a été une réduction du montant prévu à la fermeture de 200 magasins. La réduction reflète l'actualité de US Electrical rival Best Buy est à la recherche de s'établir au Royaume-Uni
- En Décembre 2008 DSGI TechGuy licencie plus de 600 ingénieurs 250 ont trouvé d'autres postes au sein de l'entreprise et 350 ont été licenciés.
- Des graves problèmes en fin d'année dus à un manque de produits en stock et de pièces détachés pour le sav
- En Février 2009, DSGI expérimente la fusion des enseignes Currys et PC World
- Réduction de l'assurance-crédit pour les principaux détaillants technologie pourrait préparer des fermetures de magasins
- Le Royaume-Uni de la technologie de pointe des détaillants, y compris les PC World, Currys et Comet, pourrait être confrontée à une crise sans précédent de stock que les assureurs de réduire de crédit - qui alimentent les sujets de préoccupation suite à l'effondrement boursier de la High Street détaillant Woolworths fin de l'année dernière
- PC World et Currys prépare un dossier pour lever des capitaux
- le groupe a été l'un des nombreux détaillants touchés par les récentes réductions de crédit par les assureurs. Toutefois, la société insiste sur le fait que des stratégies telles que la réorganisation à grande échelle de l'ensemble de son portefeuille de détail l'aidera à survivre à la tempête économique.

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international

- DSG International, l'un des distributeurs leaders européens de produits informatiques, audio-vidéo et électroménagers, fondé au Royaume-Uni en 1937.
 - groupe DSG International est coté à la Bourse de Londres et inclus dans l'index FT100.
 - Il est plus particulièrement connu en Angleterre pour ses enseignes Currys, Dixons, PC World et The Link.
- DSG International, rien que du high tech. Leader britannique de la distribution de matériel électronique et électrique, DSG International est organisé en plusieurs chaînes spécialisées : En Grande Bretagne et en Irlande d'abord : Dixons vend, dans plus de 300 magasins, des appareils électroménagers, des ordinateurs, et du matériel son et vidéo. Currys, propose de l'électroménager et divers appareils électroniques. Les ordinateurs sont vendus aux particuliers chez PC World et aux professionnels chez PC World Business. Partmaster se veut le champion de la réparation, et vend aussi des accessoires et des pièces pour le matériel électrique. The Link est le spécialiste de la téléphonie mobile. Enfin PC Service Call et Mastercare proposent toute une gamme de services : SAV, assistance technique. Sans oublier une forte présence en Europe : Elkjob (matériel électronique) en Scandinavie, PC City (revendeur d'ordinateurs) en Espagne, France, Italie et Suède, Kotsovolos (matériel électrique) en Grèce, UniEuro en Italie et Electro World en Europe Centrale. Toujours tourné vers l'avenir, DSG International s'est lancé dans le e-commerce d'une part (chacune de ses chaînes possède son site de vente en ligne), et dans les services Internet d'autre part.
- DSG International est spécialisé dans la distribution de produits électroniques et informatiques. Le CA par activité se répartit comme suit :
 - distribution au Royaume Uni (67,1%) : activité assurée essentiellement au travers des enseignes Currys et Dixons (à fin avril 2008, de 5 052 hypermarchés et de 537 magasins) et PC World (2 528 hypermarchés et 160 magasins) ;
 - distribution à l'international (25,3%) : activité assurée au travers des enseignes Elkjob (274 magasins ; 1er distributeur nordique de produits électroniques), UniEuro (185 magasins en Italie), PC City (63 magasins), Electroworld (120 magasins) et autres
 - autres (7,6%) : notamment activité de commerce électronique assurée à travers les sites Dixons.co.uk et PIXmania.com.
- La répartition géographique du CA est la suivante : Royaume Uni et Irlande (58,1%), Europe (23,1%) et autres (18,8%).

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international

• 2006

- Le britannique DSG International, nouveau nom de Dixons Group, acteur majeur de la distribution de produits électroniques en Europe, a procédé en avril 2006 à l'acquisition de 75 % du capital du groupe français Fotovista, propriétaire du site de e-commerce Pixmania spécialisé dans les produits high tech.
- DSG International va bénéficier des compétences de Pixmania pour renforcer son offre e-commerce, tandis qu'en retour, Fotovista améliorera son potentiel concurrentiel, grâce à la puissance commerciale du géant anglais. Actuellement, DSG International opère dans 14 pays par le biais d'un réseau de 1.400 magasins, dont l'enseigne PC City en France, et sites de e-commerce. Il emploie 40.000 personnes et a réalisé un chiffre d'affaire de plus de 10 milliards d'euros en 2005.
- De son côté, Fotovista a réalisé un chiffre d'affaires de 354,1 millions d'euros en 2005 et table sur 450 millions pour 2006 pour un total de 1.400 collaborateurs. Le groupe compte parmi ses actifs 250 points de vente photo franchisés Foci et Pixmania.com

• 2010

- BestBuy Europe envisagerait de lancer des acquisitions pour accélérer son développement sur le Vieux continent et aurait à cette fin dressé une liste de cibles potentielles. En tête de ces dernières arriverait le groupe britannique DSG International,
- BestBuy Europe est la co-entreprise européenne détenue à moitié par l'américain BestBuy, numéro un mondial de la distribution d'appareils électriques et électroniques, Carphone Warehouse contrôlant l'autre moitié du capital.
- DSG indique que suite à un partenariat avec Phones4U, 50 points de ventes de téléphones mobiles seront ouverts dans ses magasins d'ici Noël. Les ventes sur Internet ont augmenté de 12%.
- DSG International entend changer de raison sociale pour prendre le nom de Dixons Group.
- vente en exclusivité de l'IPAD en UK

LE COMMERCE EN FRANCE



LES ENSEIGNES DE DSG INTERNATIONAL

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international



Czech Republic
Electro World



Denmark
El Giganten



Ireland
Currys
Dixons
PCWorld



Finland
Gigantti
Markantalo



France
PC City



Greece
Kotsovolos



Hungary
Electro World



Iceland
Elko



Italy
UniEuro
PC City



Norway
Elkj p
Lefdal Lavpris



Poland
Electro World



Spain
PC City



Sweden
El Giganten
PC City



UK
Currys
Dixons.co.uk
PC World and PC World Business
The Link
Genesis

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international 2008



LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international 2010

	NOMBRE DE MAGASINS		SURFACE 000 SQ FT	
	2010	2009	2010	2009
UK	654	680	7,582	7,533
Ireland	29	32	307	329
Total UK & Ireland	683	712	7,889	7,862
Norway	121	114	1,506	1,348
Sweden	69	66	1,299	1,148
Finland	39	34	616	544
Denmark	28	27	481	473
Iceland	3	3	32	32
Islands	9	9	127	130
Total Nordics *	269	253	4,061	3,675
Italy	158	174	2,314	2,587
Greece	103	102	1,147	1,133
Spain	32	41	408	603
Turkey	11	8	367	270
Southern Europe	304	325	4,236	4,593
Czech Republic	16	17	426	441
Slovakia	3	3	57	57
Central Europe	19	20	483	498
Total Other International	323	345	4,719	5,091
Continuing Retail	1275	1310	16,669	16,628
Hungary	-	9	-	299
Poland	-	9	-	257
Closed businesses	-	30	-	429
Total Retail	1275	1358	16,669	17,613

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international 2006

PAYS	ENSEIGNE	NOMBRE MAGASINS	CHIFFRE AFFAIRES	NOMBRE EMPLOYES	SURFACE DE VENTE MIL M ²
UK	CURRYS	357	2931,8	9204	2830
	DIXONS	211	1004,4	3306	399
	DIXONS AEROPORT	21	0,0	380	
	PC WORLD	151	2022,0	5872	1562
	PC WORLD BUSSINESS		556,8	896	
	GENESIS COMMUNICATION		130,0	433	
	THE LINKS	294	488,9	2257	180
IRELAND	DIXONS,CURRYS,PC WORLD	21	152,1	644	136
EUROPE NORD	ELKJOP	221	0,0	5105	2052
GRECE	KOTSOVOLOS	77	388,5	1727	433
Italie	UNIEURO	110	934,9	2507	1362
POLOGNE,REP TECHQUE,HONGRIE	ELECTROWORLD	16	175,8	1089	373
TOTAL EUROPE	PC CITY	51	425,4	1673	565
France	PC CITY	11			
ITALIE	PC CITY	8			
Espagne	PC CITY	24			
SUEDE	PC CITY	8			

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international

CHIFFRE AFFAIRES DU GROUPE

	52 SEMAINES FIN 29 AVRIL 2006	52 SEMAINES FIN 29 AVRIL 2005	EVOLUTION EN %
UK INFORMATIQUE	2588,1	2522,0	3%
AUTRES INFORMATIQUE	424,6	322,4	33%
TOTAL INFORMATIQUE	3012,8	2844,4	6%
TOTAL COMMUNICATION	129,4	151,5	-15%
UK& IRELAND EGP	4090,1	3929,6	4%
EUROPE DU NORD	1706,1	1481,6	14%
EUROPE DU SUD	1322,5	1100,5	21%
EUROPE DU CENTRE	175,3	156,1	11%
ELECTRONIQUE GP INTERNATIONAL	3203,9	2738,4	17%
TOTAL ELECTRONIQUE GP	7294,0	6667,9	9%
TOTAL MAGASINS	10436,2	9663,9	8%
AUTRES	9,2	17,0	
TOTAL	10445,3	9680,8	8%

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international 2008

ENSEIGNE	NOMBRE MAGASINS	CA £ MILLIONS	NOMBRE EMPLOYES	PAYS
CURRYS	537	2779,6	146114	UK
ELECTRO WORLD	35	203,5	1970	
ELECTRO WORLD	8			HONGRIE
ELECTRO WORLD	17			REP TCHEQUE
ELECTRO WORLD	7			POLOGNE
ELECTRO WORLD	1			GRECE
ELECTRO WORLD	2			TURQUIE
ELKJOP	274	1564,2	5929	
ELKJOP	97			NORVEGE
ELGIGANTEN	27			DANEMARK
ELGIGANTEN	53			SUEDE
GIGANTTI	26			FINLANDE
MARKANTALO	22			FINLANDE
KOTSOVOLOS	89	374	1820	
KOTSOVOLOS	89	374		GRECE
UNIEUROP	185	663	2824	
UNIEUROP	185	663		Italie
IRELAND	30	147,4	619	IRELAND
TOTAL EGP		5731,7		
PC CITY	63	343,2	1423	
PC CITY	25			Espagne
PC CITY	9			Italie
PC CITY	8			SUEDE
PC WORLD	172	1421,7	8311	
	160			UK
	12			REP IRELAND
DSGIBUSINESS		397	809	
INFORMATIQUE		2161,3		
E-COMMERCE		652,3	1339	
DIXONS,CO				UK
PIXMANIA,COM				26 PAYS
TOTAL DSGI		8545,9		

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international 2008

ENSEIGNE	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08
CURRYS	1692,1	1751,8	1851,6	1985,0	2677,0	2779,6
DIXONS	846,7	797,8	687,5	680,0		
ELECTRO WORLD	46,1	86,0	106,0	118,7	160,3	203,5
ELKJOP	749,0	880,2	1003,2	1155,0	1394,3	1564,2
KOTSOVOLOS			159,9	262,7	295,6	374,0
UNIEUROP	256,1	570,5	585,2	632,7	621,4	663,0
IRELAND	60,4	72,1	79,9	103,2	131,9	174,4
TOTAL EGP	3650,4	4158,4	4473,3	4912,1	5280,5	5731,7
PC CITY	75,8	150,5	218,3	288,0	347,0	343,2
PC WORLD	1256,9	1327,3	1365,7	1369,1	1443,4	1421,7
DSGI BUSINESS	370,7	407,4	329,0	331,0	407,4	397,0
INFORMATIQUE	1703,4	1885,2	1913,0	2038,9	2197,8	2161,9
E-COMMERCE				26,3	451,3	652,3
DIVERS						
TOTAL DSGI	5947,3	5947,3	6451,8	6984,4	7929,7	8545,8

LE COMMERCE EN FRANCE



CHIFFRES CLES

LE COMMERCE EN FRANCE

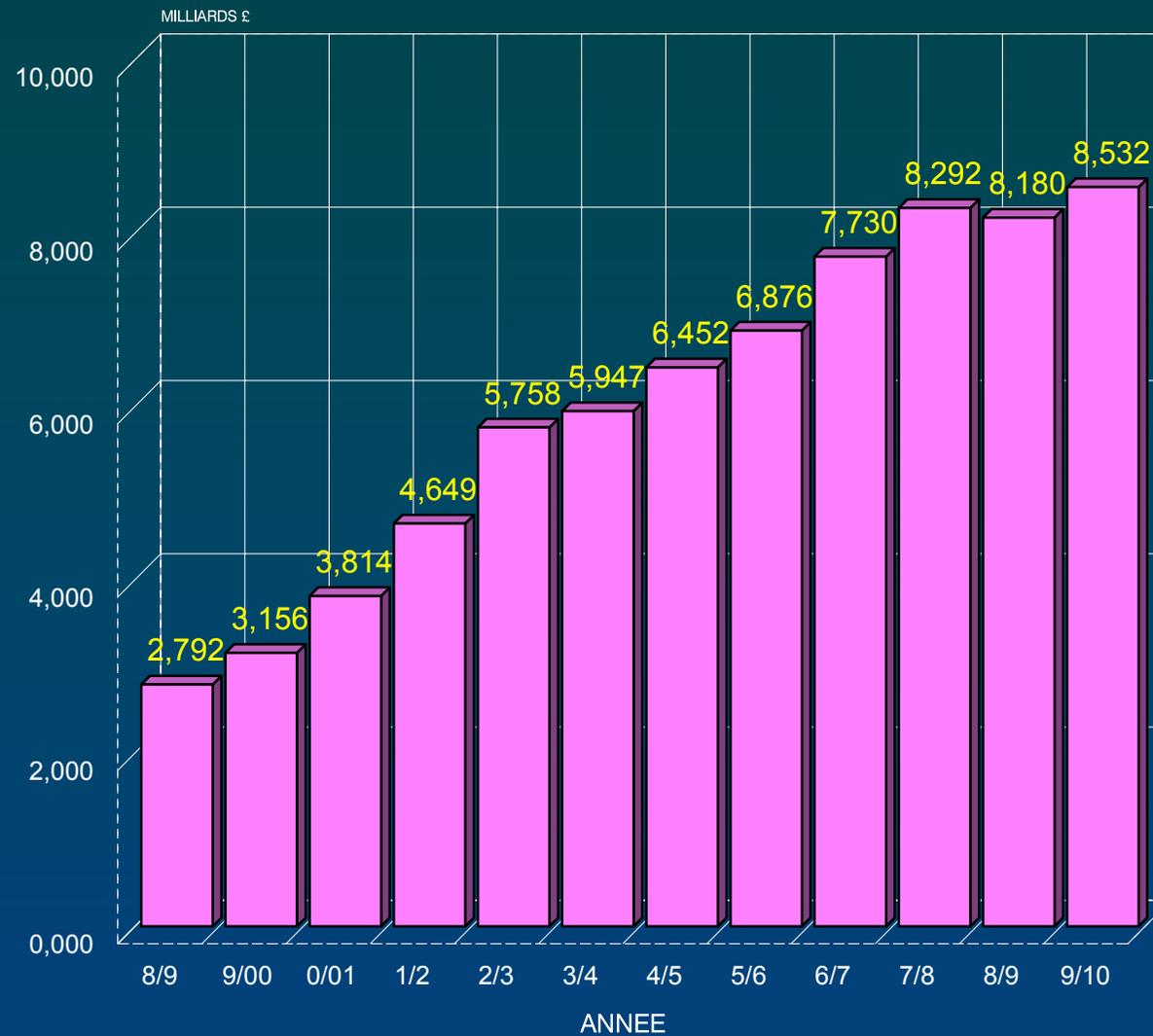
DSG international 2010

ENSEIGNE	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10
UK & Ireland Electricals	2660,5	2742,9	2808,9	2927,0	2657,8	2650,6
UK Computing	1707,5	1752,3	1850,8	1818,7	1570,8	1362,9
UK/IRELAND	4368,0	4495,2	4659,7	4745,7	4228,6	4013,5
EUROPE DU NORD					1625,2	2093,7
AUTRES INTERNATIONAL	2174,9	2462,9	2818,7	3147,8	1519,0	1503,2
E-COMMERCE		26,3	451,3	652,3	807,4	921,2
DIVERS						
TOTAL DSGI	6542,9	6984,4	7929,7	8545,8	8317,8	8532,5

LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international

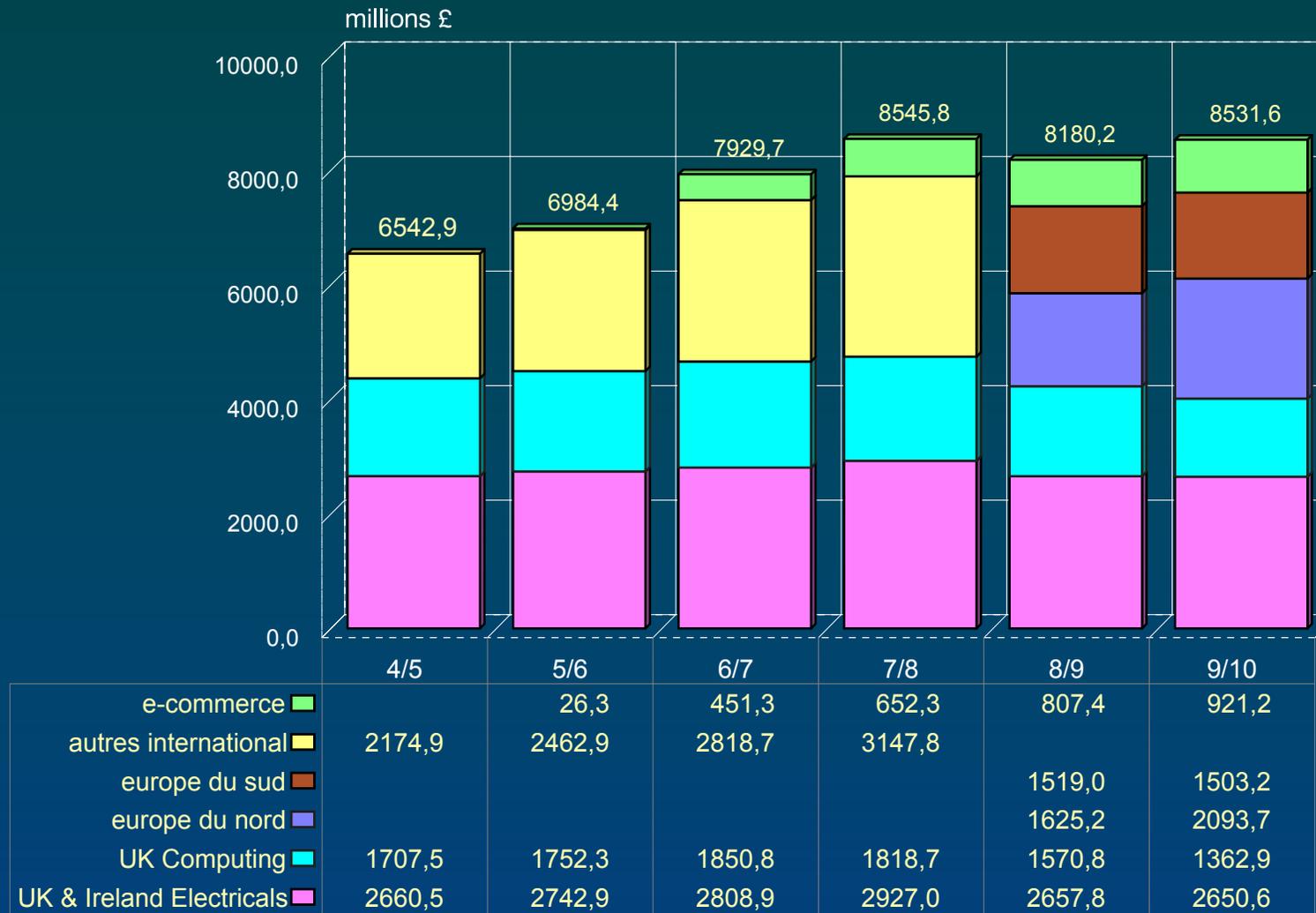
CHIFFRE AFFAIRES DU GROUPE



LE COMMERCE EN FRANCE

DSG international

CHIFFRE AFFAIRES DU GROUPE GEOGRAPHIE



LE COMMERCE EN FRANCE

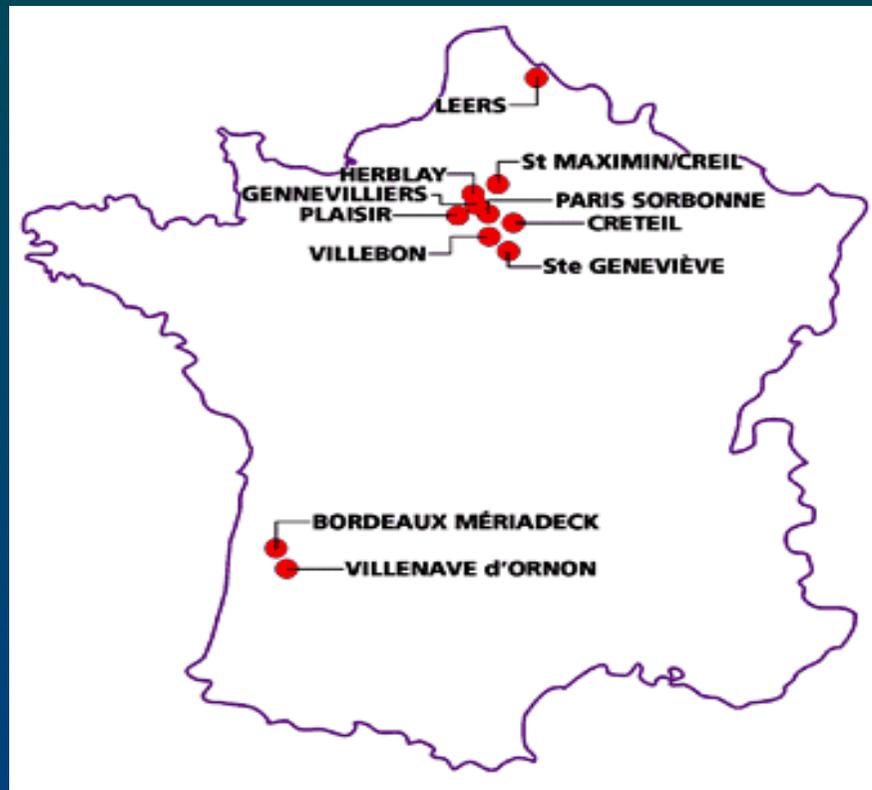


DGS INTERNATIONAL EN FRANCE

LE COMMERCE EN FRANCE

PC CITY FRANCE

- PC City propose 5 000 produits, y compris des exclusivités et les toutes dernières nouveautés, liés à l'univers du PC : hardware, software, assistants personnels, périphériques, logiciels, consoles et jeux, appareils photo numériques, lecteurs MP3.
- Les Superstores PC City, grâce à leur format unique (une surface de vente de 1 000 à 2 000 m² entièrement dédiée à l'univers informatique et multimédia) offrent une présentation claire des produits et un grand confort de circulation.
- PC City propose également une large gamme de services uniques qui ont déjà fait leurs preuves et ont assuré le succès des premiers Superstores :
- PC city france ont fermés en 2006



LE COMMERCE EN FRANCE

PC CITY



LE COMMERCE EN FRANCE



FOTOVISTA

LE COMMERCE EN FRANCE

FOTOVISTA

- Fondé en **1970** par deux frères Pierre et Jean-Claude Rosenblum , le groupe est repris en 2001 par Steve et Jean-Emile Rosenblum , fils de Jean-Claude.
- **1957** - Toute la famille Rosenblum décide de s'installer à Montréal, au Québec. Ils montent un labo photo et proposent en porte à porte des portraits à domicile et des photos scolaires. Un an plus tard, ils découvrent le tout nouveau film couleur Kodak, s'adaptent et baptisent leur labo Universal Color.
- **1970** - Le climat canadien incite les 2 frères à revenir en France. Ils déclinent leur savoir-faire dans l'hexagone en créant Studio National puis Direct Film.
- 1980 - Ils créent Les Laboratoires Parisiens, (LLP) avec toujours en tête, l'intention de proposer des travaux photo à prix discounts.
- **1983** -La géniale idée venait de naître ! Collaborer avec les marchands de journaux leur ouvre instantanément un réseau de diffusion nationale. Press Labo Service voit le jour et propose pour la première fois en France le concept de "la photo à 1 franc". Le succès est immédiat ; la société traite quelques 5 millions de pellicules chaque année.
- **1989** - Parallèlement à la montée en puissance de Press Labo Service, ils perpétuent et optimisent les activités photo scolaire (avec la société Studio National), et développent l'activité photo dans les maternités en créant la société Primaphot.
- **2000 -2001** -Le groupe FOTOVISTA se doit d'être présent sur l'Internet. C'est à l'initiative de Steve Rosenblum que la société de vente en ligne Pixmania est créée. Très vite, la structure devient une référence sur le marché des travaux photo et de la vente de matériel photo/vidéo sur le web. FOTOVISTA acquiert par la suite le réseau de magasins de proximité FOCI et la société de diffusion en gros de matériel photo/vidéo/son : Japan Diffusion.

LE COMMERCE EN FRANCE

FOTOVISTA

- **2002** - Dans la foulée, après avoir fondé puis pérennisé un groupe désormais homogène et cohérent, présent dans 9 pays européens, Pierre et Jean-Claude décident de passer la main à Steve. Ce dernier s'associe avec son frère Jean-Emile et rachète LLP avec l'aide d'investisseurs. Steve Rosenblum ne se contente pas des acquis d'un groupe trentenaire. Son premier chantier a été de préparer le groupe à la révolution du numérique.
- **2003-2004** - Fotovista poursuit son expansion à l'international, avec une présence dans 20 pays.
- **2004-2005**- Fotovista s'ouvre aux produits d'EGP et culturels couvrant 24 pays en Europe. La Centrale Fotovista déménage et s'étend sur 25 000 m².
 - Le groupe fait évoluer l'ensemble de ses marques vers l'e-commerce.
- **2005-2006**- Fotovista engendre un Pôle Enfant, crée un partenariat avec Skype et conçoit E-merchant, solution globale permettant aux marques de disposer d'une activité e-commerciale pan-européenne. Le groupe mise énormément sur la R&D afin de satisfaire les besoins de des consommateurs.
- Steve et Jean-Emile Rosenblum sont aujourd'hui à la tête d'une entité qui réalise un chiffre d'affaires de plus de 481 millions d'euros et compte près de 1 500 salariés.
- Depuis Avril 2006, la société Fotovista est intégrée au groupe DSG international, 3ième distributeur mondial de produits d'Electronique Grand Public, avec plus de 100 millions de clients par an, 1200 magasins et 40.000 collaborateurs.
- **2007** - Les sociétés Studio National et Primaphot ont quitté le groupe Fotovista en avril 2007.
- **2008** - Lancement de la place de marché PIXplace permettant à des marchands de vendre via PIXmania.

LE COMMERCE EN FRANCE

FOTOVISTA

- Depuis 36 ans, Fotovista a imaginé et donné naissance à un groupe leader en Europe. Aujourd'hui, le Groupe Fotovista a redessiné les contours de son univers en 3 poles, entre le on-line, le off-line et le contenu.
 - Le Pole Loisirs numériques
 - Produits high-tech, jeux vidéos, DVD, magazines, sites communautaires, sites de contenu: le groupe Fotovista, à travers ses marques, démocratise sur internet et dans son réseau de commerces de proximité, l'utilisation des nouvelles technologies.
 - Le Pole Enfants
 - Fotovista a gardé son ame d'enfant. Avec la prise de vue des premiers instants de la vie, en passant par les célèbres photos scolaires, Fotovista propose à présent de nouvelles activités liées à la commercialisation de produits de puériculture et de la prime enfance
 - Le Pole Professionnel
 - Le groupe Fotovista a adapté ses activités à destination des professionnels en déclinant ses offres de services et en proposant des avantages spécifiques avec le site PIXmania-Pro.com. Grossiste en matériel photo-vidéo avec Japan Diffusion, le groupe Fotovista devient prestataire de services avec e/merchant.
- Le bilan 2005 du groupe Fotovista a été à la hauteur de l'ambition de ses fondateurs Steve et Jean-Emile Rosenblum. En effet, le Groupe a réalisé 474M euros de CA. De 2001 à 2005-2006, le Groupe a ainsi multiplié par 6 son chiffre d'affaires.

LE COMMERCE EN FRANCE

FOTOVISTA

- Le pôle Loisirs Numériques
 - Produits high-tech, jeux vidéos, DVD, magazines, sites communautaires, sites de contenu: le groupe Fotovista, à travers ses marques, démocratise sur Internet et dans son réseau de commerces de proximité, l'utilisation des nouvelles technologies.
 - On-line
 - PIXmania
 - myPIXmania
 - Webhallen
 - Off-line
 - Showroom PIXmania
 - Foci
 - Presslabo
 - Contenu
 - blogs: PIXavenue ,myPIXblog,leblogphoto
 - sites: planetgamers , hitechavenue
 - presse écrite: Pixmaniac et Metromania

LE COMMERCE EN FRANCE

FOTOVISTA

- Le Pole Enfant
 - Fotovista a gardé son ame d'enfant. Avec la prise de vue des premiers instants de la vie, en passant par les célèbres photos scolaires, Fotovista propose à présent de nouvelles activités liées à la commercialisation de produits de puériculture et de la prime enfance
 - On-line
 - Apache
 - Primashop
 - Off-line
 - Primaphot
 - Studio National
 - Contenu
 - Etreenceinte

LE COMMERCE EN FRANCE

FOTOVISTA

- Le pole Professionnel
 - Le groupe Fotovista a adapté ses activités à destination des professionnels en déclinant ses offres de service et en proposant des avantages spécifiques avec le site PIXmania-PRO.com. Grossiste en matériel photo-vidéo-son avec Japan Diffusion, le groupe Fotovista devient prestataire de services avec e/merchant.
 - On-line
 - PIXmania-pro
 - e/merchant
 - Off-line
 - Japan Diffusion
 - Contenu
 - Le blog de PIXmania-pro
- 2010
 - FotoVista est désormais le blog de Pixmania

LE COMMERCE EN FRANCE



PIXMANIA.COM

LE COMMERCE EN FRANCE

PIXMANIA.COM

- **2002**, myPIX.com, site permettant de développer ses photos en ligne, est créé, et couvre également plusieurs pays d'Europe.
- **2004**, le groupe ouvre PIXmania-PRO.com, site dédié au marché professionnel B2B.
- **2005**, Pixmania acquiert Webhallen, site suédois de premier plan spécialisé dans la vente de jeux vidéo et produits culturels. Innovant, le site est l'un des premiers à intégrer de la vidéo dans ses pages à cette époque, Youtube venait de naître). En forte croissance, Pixmania décide également de déménager sa centrale logistique en la rapprochant d'Orly, afin de pouvoir desservir plus facilement tous les pays européens.
- **2006**, le groupe Pixmania opère plus de 60 sites e-commerce dont PIXmania.com, myPIX.com, primashop.com, apache.fr, etreenceinte.com,... Il décide alors de se lancer sur le créneau de la prestation de services en e-commerce (via son activité e-merchant)
- **2007** le groupe revend ses activités prises de vues comprenant l'activité photo scolaire Studio National et l'activité de développement photo en maternités Primaphot à un fond d'investissement sponsorisé par la banque Lazard pour se concentrer sur son métier de Commerce électronique
- **2008**, Pixmania ouvre sa place de marché (Pixplace) sur son site, ce qui lui permet d'élargir son catalogue tout en permettant à d'autres marchands de vendre leurs produits dans toute l'Europe via le site de PIXmania.com. Ainsi, de nouveaux espaces apparaissent sur le site : Mode, maison, gros électroménager, etc.
- **2009**, après trois ans de vente de produits d'occasion sur eBay, via sa nouvelle activité Comme Neuf !, Pixmania commence à vendre ses produits d'occasion directement sur son site.

LE COMMERCE EN FRANCE

PIXMANIA.COM 2006

- vente en ligne de produits high-tech et de loisirs numériques.
 - - Année de création : 2000
 - - Chiffre d'affaires : 357 M euros (exercice fiscal du 1 er avril au 31 mars)
 - - Effectif : 609
 - - 66% du CA réalisé hors de France
 - - 16 show rooms en France et dans des grandes villes d'Europe
 - Présent dans 27 pays européens, Pixmania c'est plus de 600 personnes dont 150 conseillers de 27 nationalités différentes pour plus de 17 langues parlées.
 - Pixmania compte 4 millions de clients et guide les 9 millions de visiteurs uniques par mois parmi les 40.000 références de grandes marques de produits technologiques, culturels et blancs.
 - Depuis sa création il y a 5 ans, Pixmania a multiplié par 230 son chiffre d'affaires pour atteindre 357 millions d'euros en 2006.
 - Pixmania c'est la promesse de trouver des produits disponibles, A bas prix, et d'Etre livré dans toute l'Europe en 24/48h.
 - Pour l'exercice 2006-2007, Pixmania prévoit d'attirer 18 millions de visiteurs uniques par mois et de séduire 7 millions de clients.

LE COMMERCE EN FRANCE

PIXMANIA.COM 2008

- Année de création : 2000
 - Effectif : 820
 - 6 millions de clients
 - 66% du CA réalisé hors de France
 - 13 magasins en France et dans des grandes villes d'Europe
 - Présent dans 26 pays européens, Pixmania c'est plus de 800 personnes dont 150 conseillers de 26 nationalités différentes pour plus de 17 langues parlées.
 - Pixmania compte 6 millions de clients et guide les 15 millions de visiteurs uniques par mois parmi les 250.000 références de grandes marques de produits technologiques, culturels et blancs. .
 - Pixmania c'est la promesse de trouver des produits disponibles, à bas prix, et d'être livré dans toute l'Europe en 24/48h.

LE COMMERCE EN FRANCE

PIXMANIA.COM 2010

- Année de création : 2000
- A l'origine orienté photographie, Pixmania.com propose aujourd'hui un large choix de produits regroupés dans quatorze catégories. Grâce à son ouverture sur l'extérieur via sa PixPlace (place de marché de Pixmania.com), le site Web est à même de référencer un grand nombre de fournisseurs et d'offrir une multitude d'articles divers et variés, de l'informatique à la puériculture ou encore de la photo au sport. Profitez aussi de la partie occasion du site pour réaliser de bonnes affaires pour l'achat ou la revente de matériel.
- chiffre affaires 2009/2010
 - 897 millions euros
 - effectifs 1400
 - Présence dans 26 pays européens
 - 700.000 références
 - 17 langues parlées
 - plus de 6 millions de clients
 - 25 millions de visiteurs uniques par mois
 - 4 ième site de e-commerce catégorie "consumer electronics" à l'échelle mondiale et 1er européen
 - Pixmania descend dans la rue et met à votre disposition 12 magasins et 3 Points de Retrait en Europe
- Pixmania intervient sur deux métiers : la distribution et les services.
 - Le Pôle services :
 - C'est la valeur ajoutée des hommes composant le groupe Pixmania, qui devient prestataire de services avec e/merchant et myPIX.
 - Le Pôle distribution :
 - Produits high-tech, jeux vidéos, DVD, photos, électroménager : le groupe Pixmania, à travers ses marques, démocratise l'utilisation des nouvelles technologies sur internet et dans son réseau de commerces de proximité, vers ses clients finaux BtoB et BtoC.

LE COMMERCE EN FRANCE



LES FILIALES DE PIXMANIA.COM

LE COMMERCE EN FRANCE

WEBHLALLEN

- Webhallen, site leader suédois des produits culturels
 - - Année de création :1999
 - Intégré à Fotovista en octobre 2005
 - - Effectif : 45
- Leader de la vente de jeux vidéo en Suède, Webahellen.com s'adresse à une clientèle jeune recherchant des gammes de produits exhaustives, disponibles en stock à des prix imbattables.
- L'acquisition de Webhallen s'inscrit dans la stratégie de croissance de PIXmania.com et renforce sa position de leader européen de l'e-commerce.
- L'objectif de Webhallen est de conquérir le marché scandinave en associant ses compétences à celles de Fotovista.

LE COMMERCE EN FRANCE

myPIX.com

- myPIX.com: Site leader du développement photo sur Internet
 - Créé en 2002 par le groupe Pixmania, myPIX.com, site préféré des français*, est rapidement devenu le plus important portail dédié au développement photo sur Internet.
 - Site leader sur le marché de l'impression photo en Europe, myPIX.com est présent sur 11 pays et accueille plus de 1,4 million de visiteurs uniques par mois.
 - myPIX.com est un immense laboratoire de développement photo de 7 700 m² avec une capacité de 1 million de tirages photos par jour.
- Plus qu'un site d'impression photo, myPIX.com met à votre disposition différents services :
 - Le stockage et partage de vos photos gratuit et illimité.
 - Le développement photo sur du papier Kodak Royal. Du tirage photo à l'unité au pack photo prépayé sans oublier les tableaux photo (pêle-mêle sur toile, photos sur bois, posters encadrés), vous n'avez que l'embaras du choix !
- myPIX.com est présent dans 11 pays
- Année de création : 2002
 - Effectifs : 180
 - 2 millions de visiteurs uniques par mois
 - Plus de 5000 commandes par jour
 - Laboratoire : 7 700 m² de laboratoire

LE COMMERCE EN FRANCE

myPIX

- Photo d'un marchand de journaux avec photo d'une borne numérique PL.
 - - Année de création : 1983
 - - Chiffre d'affaires : 23M euros
 - - Effectif : 93 personnes
 - Présent chez 1 marchand de journaux sur 2 en France, Press Labo compte 15 500 points de vente affiliés en France et 2 000 en Europe. PLS poursuit sa stratégie.
 - Déjà précurseur dans le réseau presse par son activité originale et ses actions commerciales comme la photo à 1 franc, Press Labo lance en 2006 un concept de bornes photo numériques.
 - D'ici fin 2006, l'objectif est d'installer plus de 2000 bornes chez les marchands de journaux.
- Initialement "Press Labo Service", en mars 2007, la marque a changé de nom et est devenue myPIX. Présent chez 1 marchand de journaux sur 2 en France, myPIX compte 15 500 points de vente affiliés en France et 2 000 en Europe. Déjà précurseur dans le réseau presse par son activité originale et ses actions commerciales comme la photo à 1 franc, Press Labo a lancé en 2006 un concept de bornes photo numériques repris sous le nom myPIX. myPIX off-line rejoint myPIX.com on-line avec les cartes e.passphoto. Cette carte en vente chez les marchands de journaux au prix de 20 euros offre au client des photos prépayées en ligne en se rendant sur le site mypix.com. myPIX propose toujours du développement de photos traditionnelles.

LE COMMERCE EN FRANCE

FOCI

- En 1957, un groupe d'amis photographes du Nord et du Pas de Calais, donne naissance à FOCI. Leur passion, leur dynamisme et leur volonté d'aller de l'avant ont toujours été la marque de fabrique de cette enseigne et restent des constantes encore plus indispensables aujourd'hui
- FOCI avec son positionnement, Photo et Loisirs numériques, son marketing aiguisé et sa stratégie orientée SERVICES depuis 2010, bénéficie d'une puissance d'achat hors du commun, grâce à son appartenance à un grand groupe Européen. Plus de 45.000 références dans plus de 700 marques différentes sont stockées en permanence dans les entrepôts de notre centrale européenne et sont livrables sous 24/48 heures.
- FOCI permet ainsi à ses adhérents de développer une expertise dans les marchés porteurs de la photo et des loisirs numériques et de mettre en place une communication permanente, sur des offres compétitives relayées en magasin et sur le web.
- Les magasins FOCI mettent en avant au quotidien les produits les plus innovants et les plus performants. Chaque adhérent FOCI est garant personnellement de la qualité de ses services et du respect de ses engagements. Pour FOCI, votre confiance se mérite.
- 2010
 - 141 magasins en France
 - 2 magasins en Belgique
 - 1 magasin au Luxembourg

LE COMMERCE EN FRANCE

FOCI

- Année de création : 1957
 - - Intégré à Fotovista en 2001
 - - Chiffre d'affaires : 40 millions euros
 - - Effectifs : 15
 - - Grace au savoir-faire de photographes indépendants passionnés de l'image, les magasins multispécialistes Foci offrent un choix complet de services : vente de matériel et d'accessoires photo et d'EGP, travaux photo et prestations professionnelles.
 - - Avec ses 196 points de vente, Foci reste l'enseigne photo de référence.
 - - D'ici fin 2006, FOCI a pour ambition de devenir un spécialiste de l'EGP et de réaliser un chiffre d'affaires de 46 millions d'euros pour l'exercice prochain.
- FOCI est une chaîne volontaire de photographes professionnels et/ou de négociants photo.
- Les magasins FOCI offrent des prestations professionnelles telles que reportages photos, portrait, mariages et événementiels ainsi qu'une gamme complète de services autour de l'image, tels que tirages, agrandissements, retouches et tous autres services numériques
- Les magasins FOCI proposent à leurs clients tout au long de l'année, via des dépliants publicitaires et grâce à la puissance de la centrale d'achat européenne, tous les produits Photo et de loisirs numériques du marché de l'EGP (Electronique Grand Public)
- Opérations 2010
 - 7 publications annuelles
 - Plus de 50 offres spéciales et leurs affiches téléchargeables.
 - 2 grands concours photo nationaux.
 - PLV dynamique: Diffusion en temps réel des bonnes affaires et des dernières nouveautés.

LE COMMERCE EN FRANCE

JAPAN DIFFUSION

- Année de création : 1980
 - intégré au groupe en 2001
 - Chiffre d'affaires: 28 millions euros
 - Effectif : 15 personnes
 - 5 attachés commerciaux
- Japan Diffusion, 1er grossiste en matériel photo, vidéo, image, son et informatique est l'une des pièces maîtresses du pôle Distribution.
- Avec 7 plates-formes en France et 1 en Espagne, Japan Diffusion joue la carte de la proximité auprès des 6500 revendeurs indépendants qui viennent se fournir en libre-service.
- Plus qu'un grossiste, Japan Diffusion réinvente la distribution professionnelle sur le marché de la photo. La prise de commandes (25 000 références, toutes marques de matériel confondues) s'effectue sur l'intranet, par fax ou téléphone, mais aussi sur place sur l'une des 7 plates-formes, surfaces de vente accessibles aux revendeurs.
 - Un service hors catalogue
 - plus de 60 000 références sur l'ensemble de nos fournisseurs
- Fidèle au contenu des plates-formes, le site Internet, réservé aux photographes clients, présente plus de 27.000 références parmi 300 grandes marques de l'Electronique Grand Public.

LE COMMERCE EN FRANCE

E-MERCHANT

- E-Merchant
 - Plateforme & services pour le e-commerce
 - Année de création : 2006
 - Effectifs : 200
- e-merchant est la solution permettant aux marques et distributeurs de disposer d'une activité e-commerce pan-européenne. Depuis son origine, Pixmania a décidé d'internaliser tous les métiers de l'Internet en formant des experts dédiés. Ce sont leurs compétences qui sont mises à disposition d'autres sociétés pour qu'elles puissent développer leur activité multi-canal.
- e-merchant est une suite d'applications et de services intégrés couvrant l'ensemble des besoins du e-commerce : stratégie e-commerce, site marchand, merchandising produits, marketing & trafic, paiements & fraude, logistique, service client, intelligence e-commerce et hébergement & support
- e-merchant propose une offre à la carte : de la réalisation et hébergement de votre site marchand, à la mise à disposition de services additionnels pour vous accompagner dans la création et l'exploitation de votre activité e-commerce.

LE COMMERCE EN FRANCE

PIXPLACE

- PixPlace
- Une place de marché au sein de Pixmania.
 - Année de création : 2008
- Pixmania.com permet à des marchands partenaires, sélectionnés pour la qualité de leur offre et de leur service, de vendre leurs propres produits sur son site, Pixmania.com devenant ainsi une place de marché où toutes sortes d'achats peuvent être effectués auprès de différents marchands. Cette arrivée de marchands partenaires sur Pixmania.com diversifie et élargit sa gamme de produits en ligne. Chaque marchand assure la livraison et le Service-Après-vente de ses produits sur le modèle de Pixmania.com.

LE COMMERCE EN FRANCE

PRIMASHOP.COM

- Le spécialiste de la puériculture sur Internet
- Année de création : 2006
 - Créé en décembre 2005, le site Primashop.com a pour vocation de devenir le site de référence de la puériculture en Europe. Le site propose tout le matériel utile pour accompagner la maman et son bébé de l'âge de 6 mois à l'âge de 3 ans : poussettes, chaises etc
 - Il garantit une offre de produits variés et une qualité de prestations à un coût incomparable.
 - Les produits de ce site sont également accessibles depuis l'onglet "Enfants, jouets" du site Pixmania.

LE COMMERCE EN FRANCE

ETREENCEINTE.COM

- Année de création: 2006
- Effectif: 5
- Depuis juin 2005, un site consacré aux femmes enceintes est né ! Entièrement centré sur la grossesse, le site répond à toutes les questions que peuvent se poser les futurs parents. Le site développe toutes les étapes de la grossesse, de la conception jusqu'à l'accouchement. En quelques clics, les couples accèdent à une information spécialisée. Toutes les interrogations trouvent une réponse claire et détaillée, qu'elles se rapportent à l'aspect pratique, médical ou bien psychologique de la grossesse.

LE COMMERCE EN FRANCE

RUE DU COMMERCE

- HISTORIQUE
- CHIFFRES CLES
- LES ENSEIGNES
 - TOPACHAT.COM
 - ALAPAGE.COM

LE COMMERCE EN FRANCE

RUEDUCOMMERCE

- La Société est créée en avril 1999 par Patrick Jacquemin et Gauthier Picquart avec pour objet de distribuer des produits informatiques et électroniques grand public par Internet. Le site www.rueducommerce.com est mis en ligne le 9 août 1999 avec environ 9.000 références, essentiellement informatiques. La Société compte un effectif de 5 personnes.
- Le premier exercice, clos le 31 mars 2000, se solde par un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros et un effectif d'environ 50 personnes.
- L'exercice clos le 31 mars 2001 est consacré à l'accroissement de la notoriété de la Société et à l'accroissement de ses parts de marché, et se solde par un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros et une perte de 7,6 millions d'euros.
- En juin 2001, Rue Du Commerce acquiert la société CD & Co (6 millions d'euros de chiffre d'affaires) principalement positionnée sur la vente de logiciels par catalogue et sur Internet. Cette acquisition permet d'accroître le chiffre d'affaires et les effectifs qui atteignent désormais 120 personnes
- L'exercice clos le 31 mars 2002 se solde par un chiffre d'affaires de 22 M euros et une perte de 5,1 millions d'euros.
- L'exercice 2003-2004 est celui du renforcement de la notoriété de la marque et de la Société en tant que distributeur spécialiste de produits informatiques et électroniques grand public, grâce à une politique commerciale agressive (mise en place de services, achats d'impulsions..), et au développement de nouvelles gammes de produits (téléphonie, DVD..)
- L'exercice clos le 31 mars 2004 se solde par un chiffre d'affaires de 108,7 millions d'euros, en hausse de 140% par rapport à l'exercice précédent, et un résultat net positif de 2,7 millions d'euros.
- En 2008, RueDuCommerce révolutionne le commerce en créant une offre révolutionnaire " Les 1 euros" : un catalogue de 500 produits technologiques haut de gamme (TV à écran plat, ordinateur portable, appareil photo numérique, GPS, caméscope, Mp3, console de jeux...) qui reviennent à seulement 1 euro en souscrivant 1 ou 2 Forfaits téléphoniques et un téléphone inclus.
- En septembre 2008, RueDuCommerce lance son offre déstockage avec plus de 2000 produits jusqu'à -85%.
- Sur sa lancée, RueDuCommerce développe les ventes événementielles en proposant des offres exceptionnelles de produits à bas prix.

LE COMMERCE EN FRANCE

RUEDUCOMMERCE

- Rue Du Commerce est une société de distribution de produits informatiques et électroniques grand public (informatique, photo et vidéo numérique, hifi, son numérique) sur Internet et se définit comme un " pure player " c'est-à-dire comme un acteur exerçant uniquement ses activités sur Internet.
 - Le cybermarchand français spécialisé dans la vente de produits de high tech publie un chiffre d'affaires de 225,86 millions d'euros pour son exercice 2005-2006, clos le 31 mars, en hausse de 26,44%.
 - Le site se félicite également de l'augmentation de sa base de clientèle qui a gagné 450 000 nouveaux clients en un an pour atteindre 1,5 million d'internautes.
- Le cybermarchand de produits informatiques et électroniques a réalisé une perte nette de 1 million d'euros en 2005. Celle-ci tient compte d'une provision de 2,49 millions d'euros pour cause de redressement fiscal.
 - Le fisc réclame en effet cette somme à Rue du Commerce, qui conteste le montant du redressement. Sans ce dernier, Rue du Commerce aurait été bénéficiaire mais avec un résultat très inférieur à celui de 2004, qui s'était élevé à 7,8 millions d'euros. Le chiffre d'affaires 2005 du site s'est établi à 226 millions d'euros, en hausse de 26,5 %. La rentabilité opérationnelle courante s'établit à 3,4 % du chiffre d'affaires.
- C'est le premier site marchand que le cyber-vendeur ouvre à l'étranger. Le français, Confronté à une vive concurrence dans l'hexagone, le français projette également de prendre pied en Italie et au Portugal.
 - Baptisé Avenidadelcommercio.es, ce nouveau site marchand veut conquérir la place de leader de la vente de produits de haute-technologie par internet en Espagne

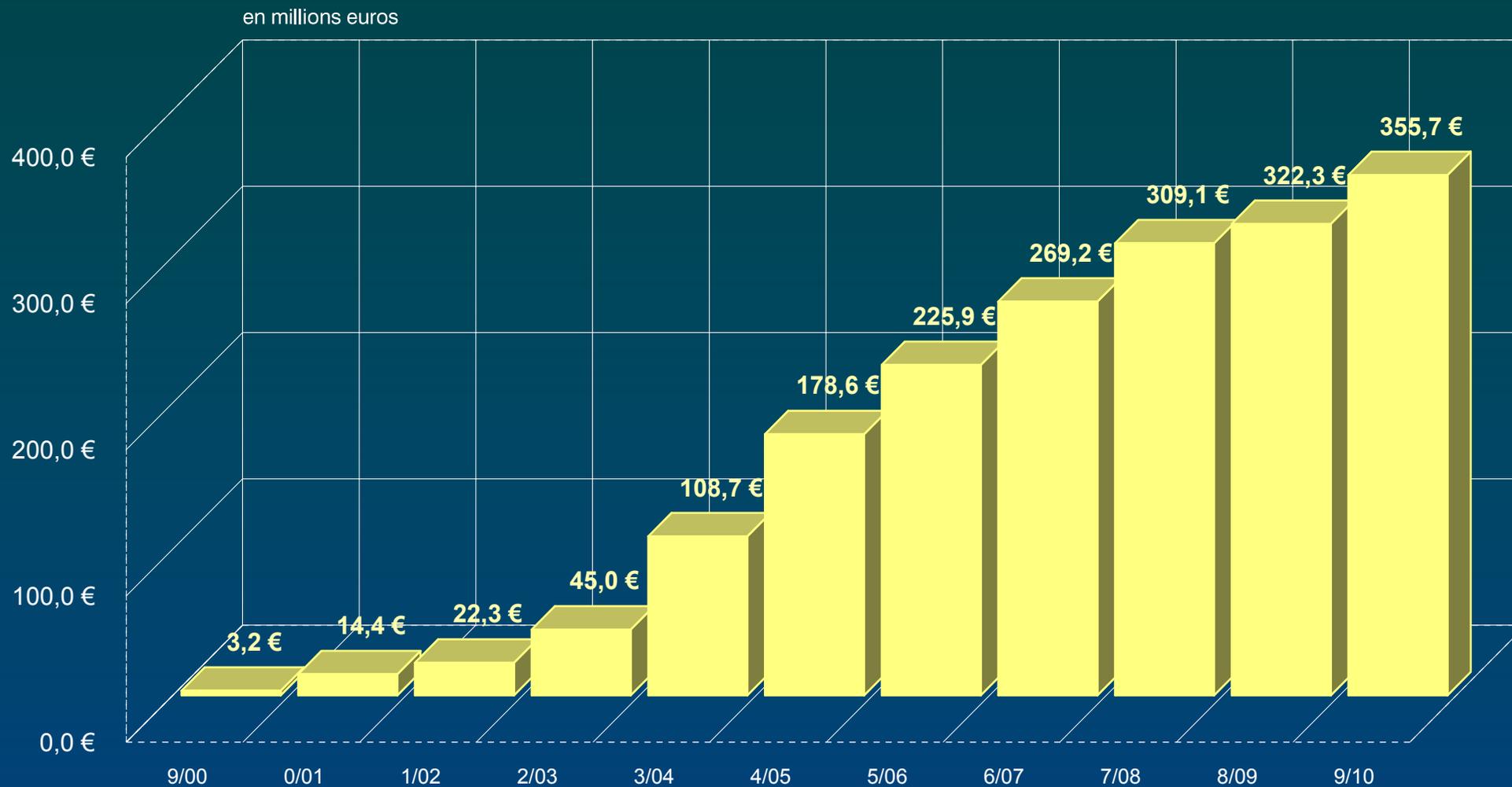
LE COMMERCE EN FRANCE

RUEDUCOMMERCE

- La galerie marchande RueDuCommerce réunit aujourd'hui sous sa bannière 610 sites partenaires opérationnels dans les domaines de la Beauté, de la Mode, de la Maison, de l'Electroménager, des Jeux/Jouets, du Sport et du Bricolage.
- L'année 2009 est marquée par une nouvelle étape, avec les acquisitions de trois marques fortes et complémentaires : TopAchat, Clust et Alapage.
- L'intégration d'Alapage a permis au groupe d'intégrer l'offre de produits culturels, dernier grand pôle de vente e-commerce jusqu'à présent absent du site. RueDuCommerce occupe désormais tous les segments de vente du marché.
- Autre grande mutation opérée, le Groupe a choisi de passer d'un modèle de pure distribution à une stratégie de plate-forme. La montée en puissance en 2009 de la régie publicitaire intégrée concéÚtise cette orientation.
- En parallèle à la vente de produits sur Internet, le groupe RueDuCommerce développe désormais la vente de publicité, conséquence directe de l'élargissement de l'audience des quatre sites du groupe.
- Le Groupe RueDuCommerce :
 - comprend quatre marques phares : RueDuCommerce.com, TopAchat.com, Clust.com et Alapage.com
 - totalise une audience cumulée de 7.6 millions de visiteurs en septembre 2009,
 - représente près de 8 millions de clients
 - propose près de 2 millions de produits à la vente
- Seul site de vente en ligne doté d'un service après-vente certifié ISO 9001, RueDuCommerce a été élu site préféré des internautes en 2008.

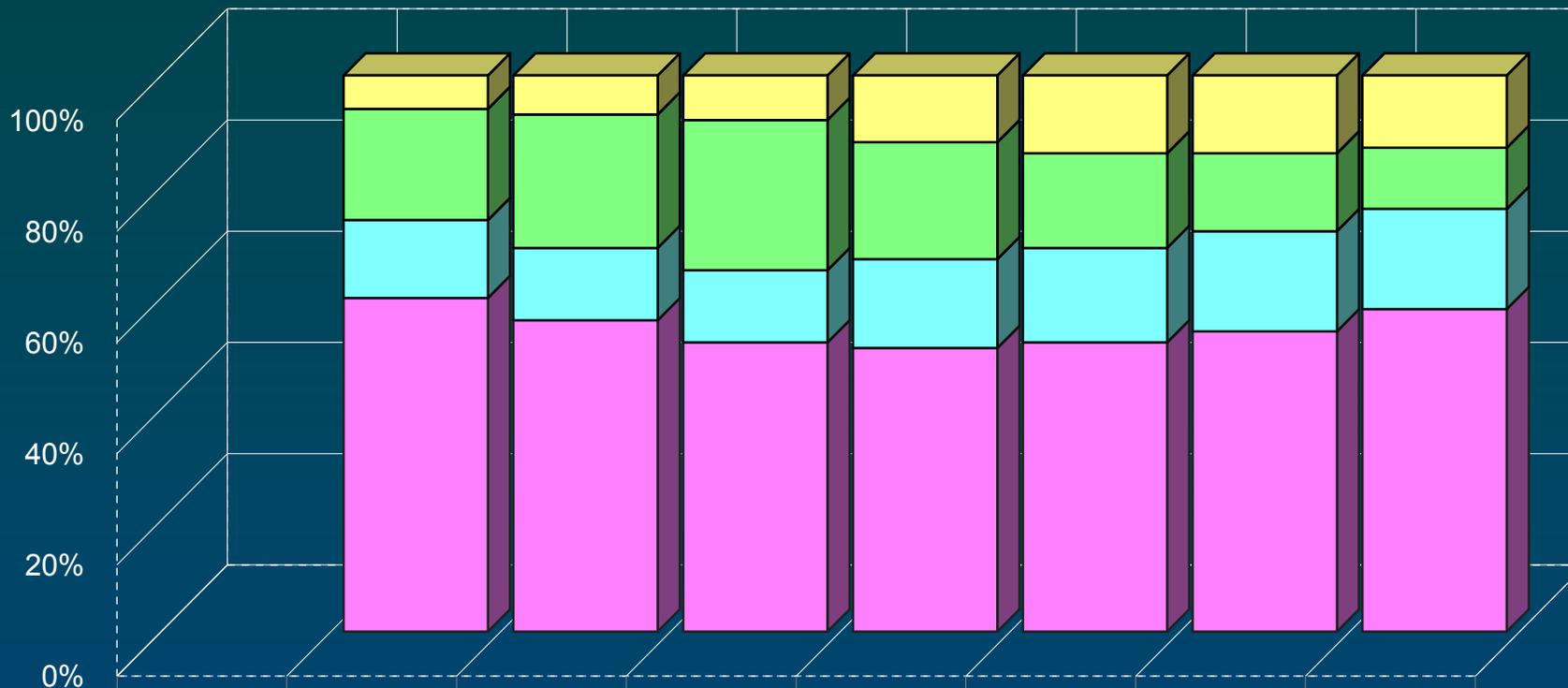
LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES



LE COMMERCE EN FRANCE

STRUCTURE DU CHIFFRE AFFAIRES



autres ■
photo et vidéo num ■
tv et lecteurs DVD ■
informatique ■

1/2	2/3	3/4	4/5	6/7	7/8	8/9	9/10
	6	7	8	12	14	14	13
	20	24	27	21	17	14	11
	14	13	13	16	17	18	18
	60	56	52	51	52	54	58

LE COMMERCE EN FRANCE

RUEDUCOMMERCE

- Un acteur reconnu sur le marché français de l'e-commerce et incontournable sur les produits High Tech
 - 15 000 références de produits innovants à des prix compétitifs
 - 2,4 millions de clients et 4 à 6 millions de visiteurs mensuels
 - Des services associés et une régie publicitaire active
- Une marque forte qui fédère une large sélection de sites marchands autour de son concept de Galerie
 - 450 sites conquis à fin mars en moins d'un an contre un objectif initial de 300 sites et 530 à ce jour
 - 9 nouveaux univers de vente complémentaires et des projets en cours
 - Impact positif sur le trafic et doublement des pages vues sur l'ensemble du site
 - Un chiffre d'affaires généré par les e-commerçants de la Galerie de 3,5 M euros HT
 - 530 marchands signés à fin mai 2008 et plus de 305.000 références produits
 - Un défi technique réussi (intégration des catalogues partenaires et gestion des produits)
- **2009** - La régie publicitaire du groupe RueDuCommerce passe à la vitesse supérieure après le rachat d'Alapage, Clust et Top Achat et devient n°1 des sites e-commerce intégrant du display
- **2010** - La Galerie de RueDuCommerce s'agrandit : Lancement d'un espace dédié à l'automobile

LE COMMERCE EN FRANCE

RUEDUCOMMERCE

*La Galerie réunit une sélection de sites leaders et/ou de niche**

■ Mode

- 180 marchands
- 120.000 références
- Achat VIP, MonShowroom, Le Bazar Parisien...

■ Beauté, santé

- 40 marchands
- 13.000 références
- Daniel Jouvance, Mencorner

■ Jeux, jouets

- 50 marchands
- 22.000 références
- Berchet, AvenuedesJeux...

■ Maison

- 120 marchands
- 70.000 références
- Matelsom, Delamaison...

■ Sports et loisirs

- 50 marchands
- 30.000 références
- Stade de France, GolfPlus, Footcenter, Fitness Boutique, Woodbrass

■ Bricolage

- 40 marchands
- 14.000 références
- Bricommerce, Bricobat

■ Papeterie, bureau**

- 20 marchands
- 10.000 références
- Kwebox, Label Art

■ Voyage

- 1 comparateur
- Easyvoyages

■ Électroménager

- 30 marchands
- 12.000 références
- Maisoneo, Electromust, Discounteo...

LE COMMERCE EN FRANCE

TOPACHAT

- TopAchat.com est un site de commerce électronique du Groupe FRANCE TELECOM
- Avec plus de 700 000 clients qui nous ont fait confiance depuis sa création en 1999, TopAchat.com est un des principaux acteurs en France de la vente sur internet de produits high-tech aux particuliers.
 - L'équipe:
 - TopAchat.com, c'est une équipe spécialisée dans la vente en ligne de produits informatiques et électroniques:
 - - une centrale d'achat spécifique qui négocie les meilleurs prix du marché ;
 - - un service animation qui met à jour le catalogue quotidiennement ;
 - - un système de paiement de paiement parfaitement sécurisé ;
 - - une plate-forme logistique qui permet d'effectuer une livraison en 24 à 48/72 heures dans toute la France Métropolitaine ;

LE COMMERCE EN FRANCE

ALAPAGE

- Véritable spécialiste des loisirs culturels et de la vente par correspondance, alapage.com est un des sites de commerce électronique de France Télécom !
- alapage.com vous permet donc de bénéficier de tout le savoir faire Internet du leader Orange et de toutes les garanties de sérieux, de sécurité et de service clients sur lesquelles s'engage chaque jour France Télécom.
- Dirigée aujourd'hui par Christophe Lasserre, la stratégie d'alapage.com est basée à tous les niveaux sur la satisfaction totale et systématique de ses clients.
- C'est ainsi qu'avec plus d'un million de visiteurs par jour, des milliers de colis expédiés chaque mois, 3.500.000 articles proposés sur le site et l'offre la plus large de produits culturels sur l'Internet français, alapage.com est aujourd'hui un des leaders incontestables de son activité.
- alapage.com diffuse en ligne des informations visuelles, sonores et éditoriales liées à ses différents produits. Vous pouvez ainsi découvrir en détail, de façon conviviale et pratique, des milliers d'articles. En effet, 300.000 images numérisées aident à identifier les produits, 1.000.000 extraits sonores permettent d'écouter des morceaux de musique, 120.000 commentaires mettent l'accent sur certains livres, des sélections mensuelles mettent en avant les nouveautés livres et CD de même que les meilleures ventes livres, disques, vidéos, cédéroms et DVD ; enfin, des sélections thématiques rédigées par différents partenaires privilégient une approche personnalisée de plusieurs références.

LE COMMERCE EN FRANCE

ALAPAGE.COM

- Lancée au milieu des années 1990, alapage.com était initialement axée sur la vente de produits culturels (livres, DVD, jeux vidéos, billetterie).
- En 1999, alapage.com est racheté par France Telecom
- A partir des années 2000, alapage.com a étendu son offre commerciale en proposant des produits techniques (informatique, image et son, GPS...) autrefois vendus sous l'enseigne Marcopoly.com, des produits de loisir (art de vivre) et des produits d'occasion
- Afin d'atteindre une taille critique et d'élargir sa clientèle en matière de produits technologiques, le 7 avril 2006, la société a acheté le pôle constitué des sites Top Achat et Clust.com, spécialisés dans la vente en ligne de matériel informatique et de high tech
- En novembre 2007, alapage.com propose le téléchargement d'une application mobile gratuite permettant de comparer facilement les prix des produits grâce aux codes-barres à 13 chiffres (EAN13) imprimés sur tous les articles du commerce.
- En janvier 2009, France Telecom annonce que l'activité d'alapage.com pourrait être arrêtée du fait de lourdes pertes. L'opérateur recherche un acquéreur pour les actifs du site de produits culturels et high-tech, à savoir la marque, l'adresse du site,
- Le 1er septembre 2009, RueDuCommerce rachète l'adresse Internet alapage.com, la marque, la liste de clients et des contrats de propriété intellectuelle mais aucun salarié n'est repris.
- Alapage.com rend la culture accessible à tous en offrant systématiquement la livraison gratuite pour toutes les commandes de livres vendus et expédiés par alapage.com.
- Les CD, DVD, jeux vidéo (hors consoles et accessoires) bénéficient aussi de la livraison gratuite pour toute commande d'un minimum de 20 euros sur les articles vendus et expédiés par alapage.com.
- Les produits et services proposés sont aujourd'hui les mêmes que ceux proposés sur RueDuCommerce

LE COMMERCE EN FRANCE

AMAZON.COM

- AMAZON.COM
- CHIFFRES CLES
- AMAZON.FR

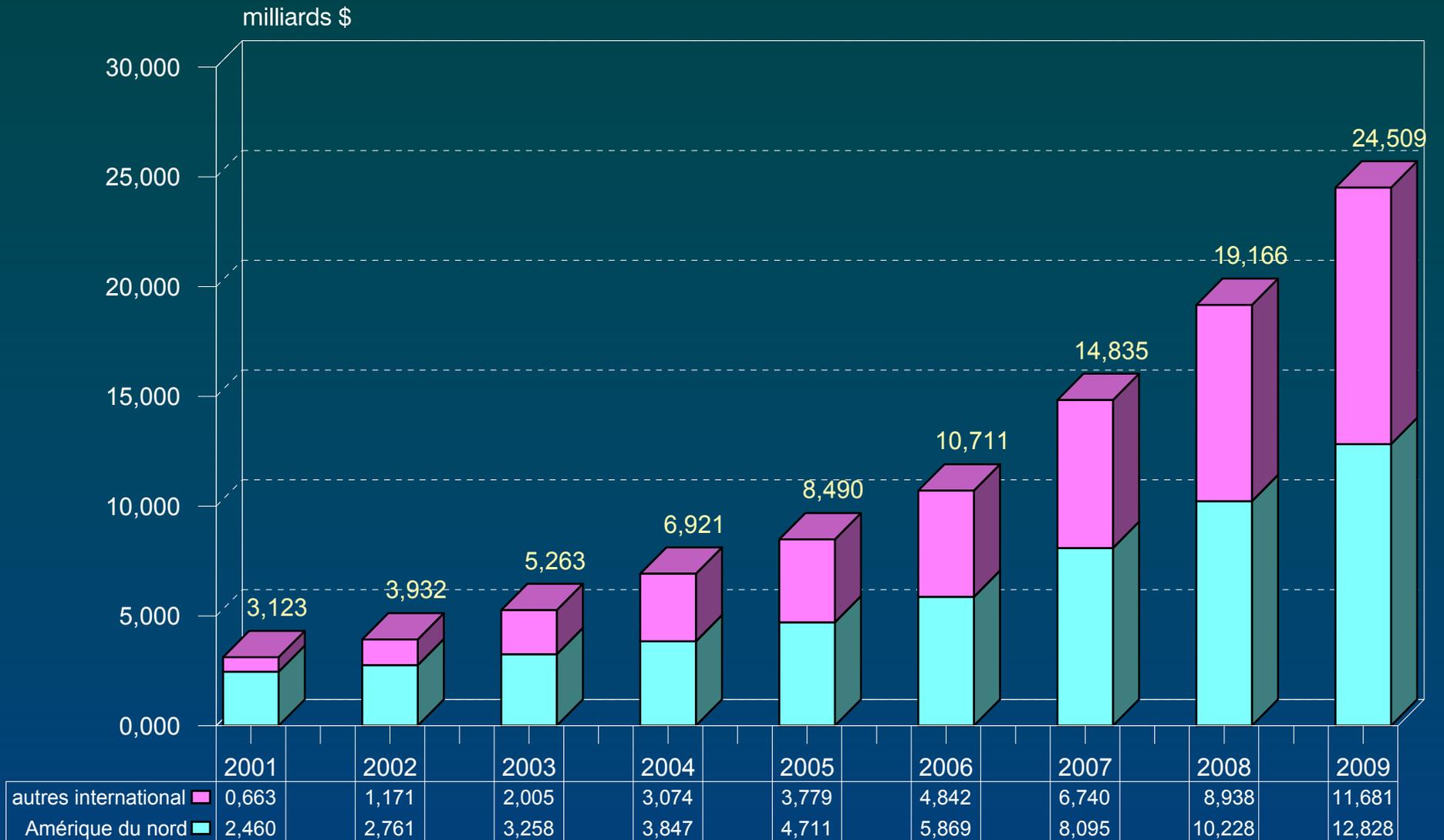
LE COMMERCE EN FRANCE

AMAZON.COM

- Amazon.com, une entreprise basée à Seattle (État de Washington) et figurant au classement Fortune 500, est le leader mondial du commerce électronique. Depuis sa création par Jeff Bezos en 1995, Amazon.com a considérablement étendu son offre de produits, ses sites nationaux et son réseau mondial de centres de distribution et de service client. Amazon.com offre aujourd'hui toutes sortes de produits, des livres aux appareils électroniques en passant par les raquettes de tennis et la bijouterie. Nous exploitons des sites au Royaume-Uni, en Allemagne, en France, au Japon, au Canada, en Italie et en Chine (Joyo.com) et nous maintenons à travers le monde plus de vingt centres de distribution totalisant plus de 930 000 mètres carrés
- Le site Amazon.fr a ouvert ses portes virtuelles en août 2000. Amazon met tout en oeuvre pour remplir la mission qu'elle s'est fixée : mettre ses clients au coeur de ses préoccupations. Ils peuvent ainsi à tout moment trouver en ligne ce qu'ils ont envie d'acheter, et y faire de nombreuses découvertes. Amazon.fr et les vendeurs tiers proposent aujourd'hui des millions de produits neufs et d'occasion en français et en anglais, en livres, en CD, vidéos, DVD, logiciels, CD-Rom, jeux vidéo, produits d'électronique grand public, jeux et jouets, cuisine et maison, montres et bijoux, parfum et beauté, santé et soins du corps, bébé et puériculture, et chaussures et accessoires. Chez Amazon.fr, les clients bénéficient de la technologie d'achat en ligne et du savoir-faire du numéro un de cette industrie, tels le paiement sécurisé, les recommandations personnalisées, l'ergonomie et les outils très poussés de recherche ainsi que l'achat rapide et facile grâce au système de commande 1-Click.

LE COMMERCE EN FRANCE

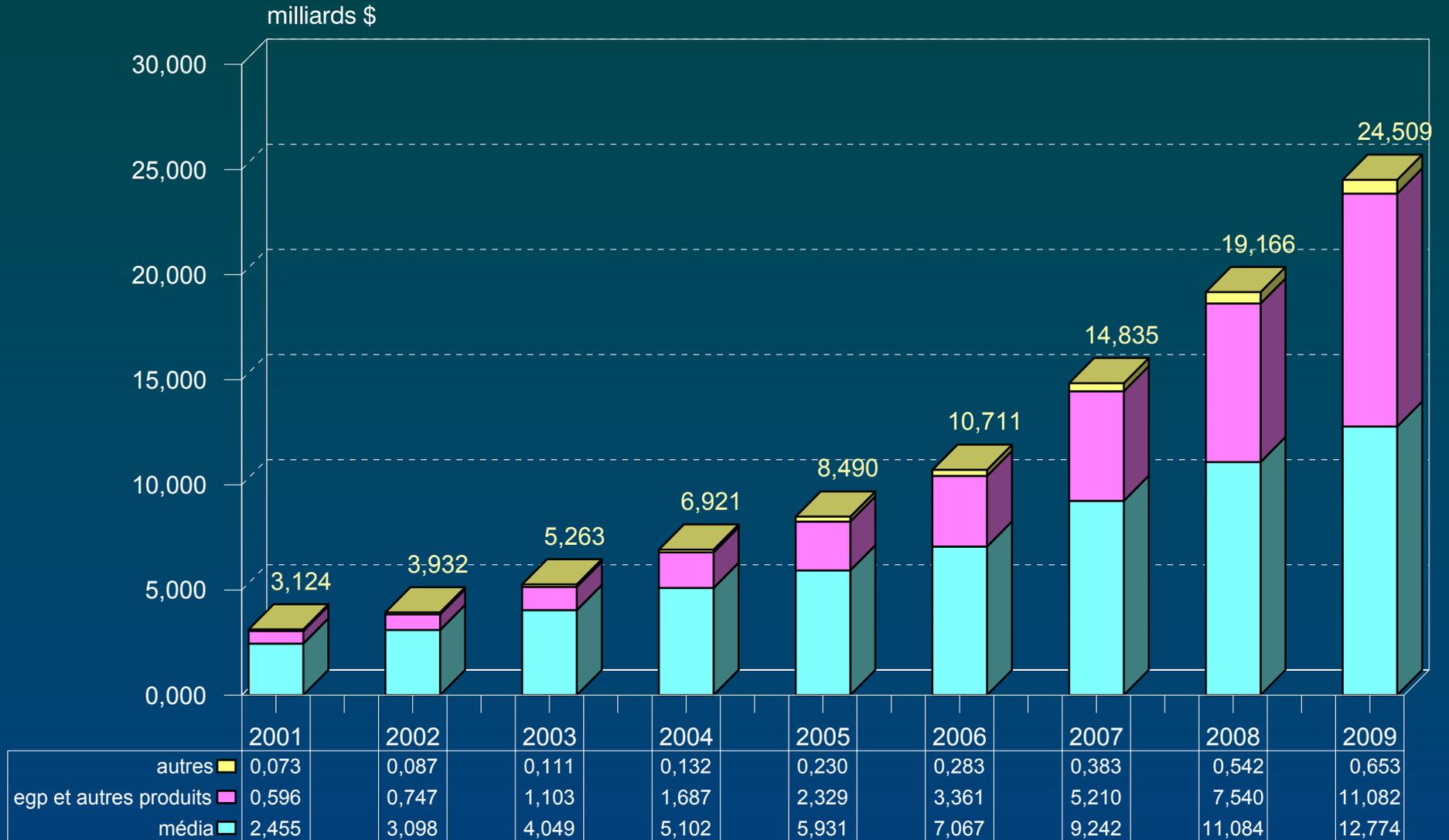
EVOLUTION DU CHIFFRES AFFAIRES AMAZON.COM



comprendreladistribution

LE COMMERCE EN FRANCE

EVOLUTION DU CHIFFRES AFFAIRES AMAZON.COM



LE COMMERCE EN FRANCE

AMAZON.FR

- Amazon.fr, un site francophone " sur mesure"
 - Le 31 aout 2000 a marqué une nouvelle étape dans le développement européen d'Amazon : l'ouverture des portes virtuelles d'Amazon.fr, un site francophone entièrement dédié au livre, à la musique, au DVD et à la vidéo. Depuis lors, nous avons élargi notre offre en proposant également des livres en anglais, des logiciels et CD-Rom ainsi que des jeux vidéo et des produits électroniques.
 - Le lancement du site Amazon.fr a constitué une double innovation dans l'histoire d'Amazon : pour la première fois, la société créait entièrement, dans un nouveau pays, son catalogue et elle ouvrait simultanément quatre magasins virtuels, donnant accès à plusieurs millions d'articles.
 - Amazon.fr a été conçu sur les principes qui ont fait le succès d'Amazon dans le monde :
 - le site propose à ce jour sept catégories de produits culturels : Livres, Livres en anglais, Musique, DVD, Vidéo, Logiciels et CD-Rom, et Jeux vidéo. Chacun d'eux met à la disposition des internautes l'intégralité du catalogue de ces produits disponibles
 - amazon est présent dans les pays suivants
 - France
 - États-Unis
 - Royaume-Uni
 - Allemagne
 - Japon
 - Canada
 - Chine

LE COMMERCE EN FRANCE

AMAZON.FR

- Les livres sur Amazon.fr en quelques mots ou la plus grande librairie en ligne de titres francophones disponibles dans le monde et la plus grande librairie en langue anglaise de France .
- Les livres en quelques chiffres
 - L'ensemble des ouvrages francophones disponibles sur le marché français.
 - Un stock de plusieurs centaines de milliers de références, constamment optimisé pour répondre sous 24 heures à toutes les commandes.
 - 100 % des références en stock sont disponibles en 24 heures .
 - Plus de 400 000 titres accompagnés de leur première ou quatrième de couverture ou d'un synopsis.
 - Plusieurs milliers de chroniques rédigées par l'équipe d'Amazon.
 - Plusieurs modes de recherche par catégorie, par mot clé, par récompense..du plus général au plus précis.
 - La possibilité de commander un ouvrage avant sa sortie.
 - En plus du catalogue français, 800 000 titres en anglais disponibles au prix USA Ce qui fait d'Amazon.fr "la plus grande librairie en langue anglaise de France".
- Les livres en anglais en quelques chiffres
 - Plus de 800 000 titres en anglais disponibles en 1 à 2 semaines au prix américain ou anglais et plusieurs dizaines de milliers de titres disponibles en 24 heures. Ce qui fait du site Amazon.fr la plus grande librairie de langue anglaise de France.
 - Plusieurs dizaines de milliers de chroniques et de synopsis disponibles en version originale.
 - Un classement en 29 rubriques (Literature & Fiction, Computers & Internet, Business & Investing, Entertainment, etc.) de tout le catalogue de langue anglaise et des liens vers d'autres boutiques du site.
 - Un " Deal of the Month" tous les mois proposant 50 best-sellers et nouveautés à prix choc.

LE COMMERCE EN FRANCE

AMAZON.FR

- La musique en quelques chiffres

- La totalité des références de CD français et étrangers distribués en France.
- Trois cent mille références de CD en imports (Grande-Bretagne et Etats-Unis).
- Des milliers de titres présentés par de grands chroniqueurs musicaux français.
- Disponibles dans les meilleurs délais
- Plus d'1,5 million d'extraits musicaux de 29,5 secondes chacun, disponibles via RealPlayer.
- La possibilité de commander un CD avant sa sortie.

- Les logiciels et jeux vidéo en quelques chiffres

- Plusieurs milliers de références par boutique.
- Un contenu éditorial riche de plus de 1 000 chroniques, interviews et dossiers.
- Plus de 100 extraits de 45 secondes chacun, disponibles via RealPlayer, pour mieux apprécier la qualité des jeux vidéo.
- Plus de 800 images pour découvrir les produits.
- Des recommandations par tranches d'âge reprenant la classification SELL et un glossaire technique pour guider les parents et les non-initiés.
- Les consoles et accessoires disponibles et distribués dans les meilleurs délais.
- La possibilité de commander des nouveautés et de les recevoir le jour de leur sortie.
- Une boutique Mac regroupant l'ensemble des logiciels et jeux vidéo Mac, classés par rubrique thématique. Les internautes peuvent également y retrouver les meilleures ventes, les conseils de l'équipe éditoriale Amazon ainsi que les commentaires clients.

LE COMMERCE EN FRANCE

AMAZON.FR

- **2009** - Le site Amazon a annoncé la possibilité de livrer des produits commandés sur www.amazon.fr en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg. A présent, nos clients peuvent commander tous les produits éligibles des catégories Electronique, Cuisine et Maison, Jeux et Jouets, Montres et Bijoux et se faire livrer en dehors de la France.
 - Amazon annonce aujourd'hui une nouvelle boutique de «Fournitures de bureau » (www.amazon.fr/bureau) commercialisant plusieurs dizaines de milliers de produits, depuis l'équipement électronique aux fournitures traditionnelles, en passant par le mobilier.
 - Amazon.fr lance Amazon MP3 (www.amazon.fr/mp3), une boutique de musique numérique en ligne ergonomique offrant plus de 5,5 millions titres sans DRM (gestion des droits numériques), compatible avec tous types de lecteurs MP3 (y compris l'iPod) et proposant des albums incontournables à partir de 2,99 euros et des titres à l'unité à partir de 0,49 euro.
 - Amazon.fr inaugure aujourd'hui la nouvelle boutique Bébé (www.amazon.fr/bebe) regroupant des milliers de références de produits dédiés aux tout-petits, de la naissance à deux ans.
- **2010** -
 - Chaque semaine sur Deezer, des millions d'utilisateurs peuvent écouter toutes les nouveautés musicales parmi un catalogue de 7 millions de titres et un accès aux 30 webradios thématiques. Désormais, les utilisateurs Deezer pourront choisir entre 14 millions de titres actuellement disponibles sur Amazon MP3. Cette large sélection proposée sur Deezer avec Amazon.fr est compatible avec tous les lecteurs (dont iPhone« iPad« et iPod«) et téléphones MP3 et est disponible en téléchargement à partir de 2,99 euros l'album et 0,49 euros le titre
 - Amazon.fr fête sa première décennie dans un contexte de forte croissance du e-commerce en France
 - Amazon a annoncé l'ouverture, dans le courant de l'année, d'un centre de distribution de 36 000 mètres carrés à Montélimar
 - Amazon annonce aujourd'hui l'ouverture de la boutique "Jeux de plein air" avec des milliers de jeux et jouets de toutes catégories pour enfants de tous âges. Des maisons de jardin aux vélos, en passant par les jeux d'eau ou encore des jeux de plage pour enfants
 - Amazon.fr agrandit ses boutiques " Parfum & Beauté " et " Santé, Hygiène et Soins du corps " avec la nouvelle boutique "Bio Beauté & Soins du corps" dédiée aux produits de beauté Bio. Les 6 rubriques proposent une large gamme de soins du visage, maquillage, parfums, soins capillaires, soins du corps et produits de massage et de relaxation.

LE COMMERCE EN FRANCE

LE GROUPE LDLC

- LE GROUPE LDLC
- HISTORIQUE
- CHIFFRES CLES
- ENSEIGNES

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE LDLC

- Fondée en 1996 par Laurent de la CLERGERIE, la société LDLC.com a tout d'abord été orientée sur la vente de logiciels spécifiques adaptés à l'internet, mais face au potentiel de l'internet l'activité s'est très vite recentrée sur la vente directe de matériel et d'ordinateurs aux consommateurs avec le projet d'être le premier site de commerce électronique dans ce domaine sur le web. En juillet 1997, LDLC.com lance son site web www.ldlc.com qui devient un pionnier du e-commerce informatique en France puis en septembre 1998 s'ajoute le site www.ldlc.fr et l'ouverture d'un premier show-room à Lyon pour rassurer une clientèle en constante évolution et pas toujours prête à faire confiance à une société 100% internet. La présence de LDLC.com relativement tôt sur le web lui a permis de prendre une avance certaine sur la connaissance du marché de la vente en ligne, et d'être aujourd'hui connue et réputée pour son service auprès de plusieurs dizaines de milliers de clients. Ainsi en 1999 LDLC.com avec un chiffre d'affaires de 22,5 MF se situe dans les leaders du commerce en ligne français toutes catégories confondues et est leader de la vente de composants informatiques sur le web. Depuis le 13 avril 2000, LDLC.com est cotée sur le marché libre de la bourse de Paris.
- La société LDLC.com est rentrée en bourse sur le marché libre, le 13 avril 2000 au premier cours coté de 7,3 euros
- 458.200 actions nouvelles ont été émises à la disposition du public soit 10% du capital.
- Les fonds récupérés en intégralité par la société (22,5 MF moins les frais d'introduction), vont lui permettre:
 - d'améliorer le service en se donnant les moyens nécessaires pour assumer la croissance exponentielle qu'elle connaît depuis sa création.
 - de communiquer, car si aujourd'hui LDLC.com est connue de beaucoup d'internautes passionnés d'informatique, elle est moins connue des nouveaux arrivants malgré sa place de leader sur le net.
 - de développer sa gamme produits en offrant à sa clientèle une offre DVD, jeux, et Hi-Fi, en sélectionnant comme toujours les meilleurs produits du marché.
 - de développer de nouveaux services et un contenu destinés à aider et orienter de façon juste ses clients.
- Le tout dans un souci constant de rentabilité. LDLC.com est apparue il y a un peu plus de 3 ans sur le net, et a du jusque là s'auto-financer pour se développer. Ce souci de rentabilité a donc toujours été le notre, et le restera quelques soient nos projets de développement.

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE LDLC.COM

- **1996** - Tout commence dans un appartement... Création de l'entreprise LDLC.com
- **1997** - Lancement de www.ldlc.com
- **1998** - Première boutique à Lyon (69)
- **2000** - Installation du siège social à Dardilly (69) Lancement de www.aideonline.com Acquisition de Hardware.fr Prise de participation dans la société GameAmp (35%) www.gamekult.com Introduction au Marché Libre
- **2001** - Lancement des sites www.ldlc-pro.com et www.textorm.com
- **2002** - LDLC.com prend de l'envergure Lancement du site en Suisse et en Belgique
- **2003** - Déménagement du siège social à Limonest (69)
- **2004** - Déménagement de la boutique dans des locaux plus spacieux à Vaise, Lyon (69)
 - Augmentation des participations dans GameAmp (49%)
 - Création d'une nouvelle filiale : DLP-connect
- **2005** - Délocalisation de la logistique à Saint Quentin Fallavier (38) et emménagement dans 25 000 m2 de stock Création de nouvelles filiales : NT-Communication et dealtonic
- **2006** - Lancement de www.fillspot.com www.maginea.com et www.lapcorner.com
 - Création d'une nouvelle filiale Plugsquare Ouverture de la boutique de Paris
- **2007** - Déménagement du siège dans de nouveaux locaux sur la commune d'Ecully (69) Cession de la participation dans la société GameAmp à CNET Network Création d'une nouvelle filiale Anikop Fermeture de dealtonic Lancement des sites Boutiques WWW.ldlc-lyon.com etw
- **2008** - Refonte de www.maginea.com Créé en 2006 pour la vente de produits High Tech, le site fait peau neuve et propose un catalogue orienté maison et jardin

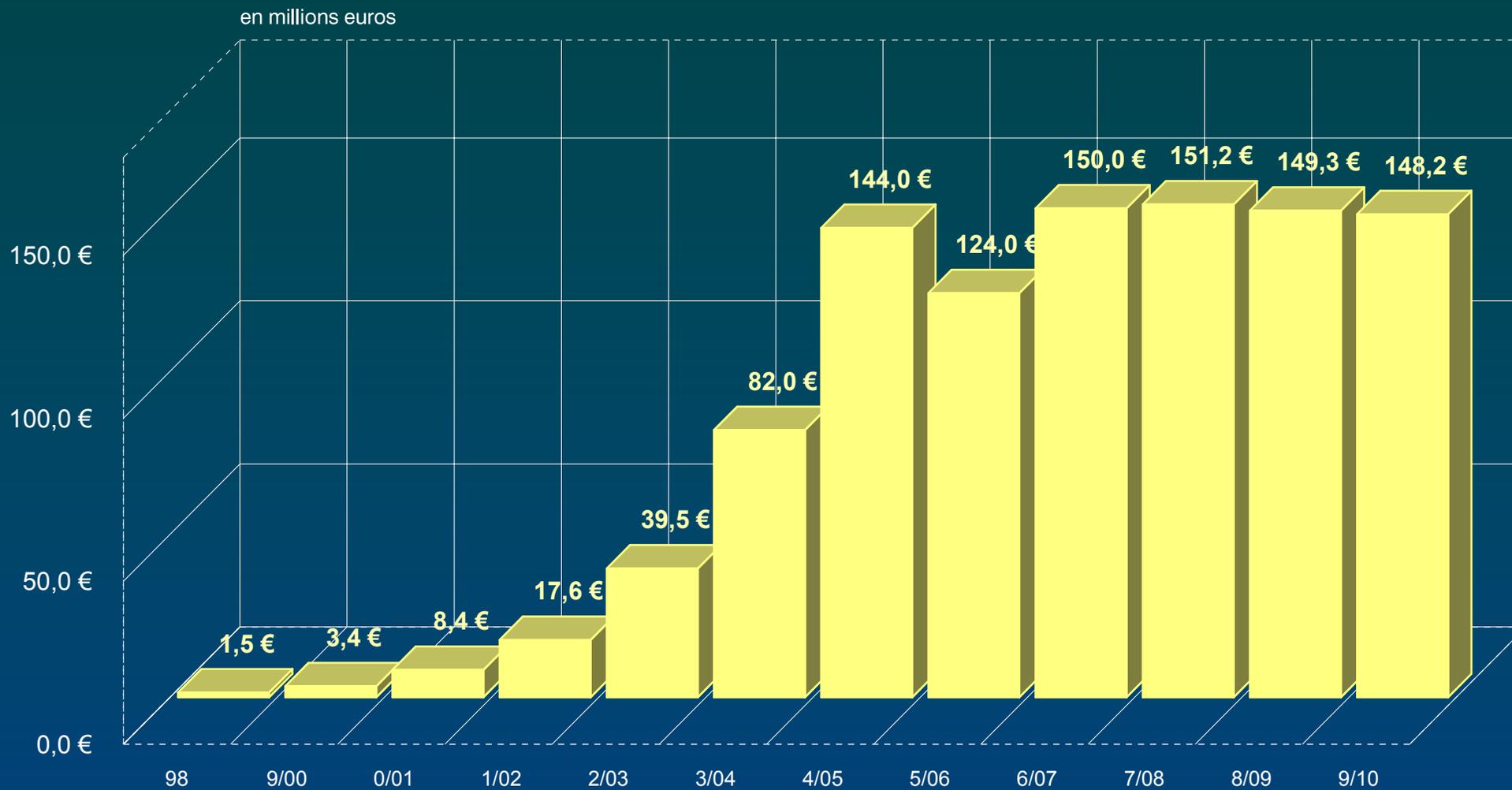
LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE LDLC

- 2007 : LDLC.com cède sa participation (de 49 %) dans GameKult.com à CNET Networks pour 3,9 millions d'euros
- 2007 : LDLC.com emménage dans son nouveau siège social à Ecully
- 2007 : Fermeture de Dealtonic
- 2008 : Intégration de PayPal comme nouveau mode de règlement
- 2008 : Le site maginea.com est relancé le 24 septembre, avec une nouvelle présentation et une offre produits radicalement différente (auparavant constituée essentiellement de produits "bruns"), la version précédente s'étant implicitement avérée être un échec deux ans après sa sortie.
- 2009 : Cession le 22 juin de la filiale NT-Communication au profit de la holding NKL pour 160 000 euros (dégageant une plus value de 148 000 euros)
- 2009 : Ouverture le 25 juin d'une boutique de 140 m² (avec deux cabines d'essais insonorisées de 13 et 15m) pour la filiale Plugsquare à Villefranche-sur-Saône
- 2009 : Rajout le 16 octobre de la possibilité de se faire livrer ses commandes via l'ensemble des commerces de proximité du réseau Relais Colis (SOGEP, filiale de Redcats Group, pôle vente à distance de PPR)
- 2010 : Extension de la boutique de Lyon (travaux à hauteur de 233 000 euros)
- 2010 : Cession le 26 février 2010 de la participation (25 %) dans la société LMDN par HardWare.fr pour 38 000 euros
- 2010 : Prise de participation (12.70%) par HardWare.fr dans Factory Eleven pour 59 000 euros et souscription d'obligations convertibles à hauteur de 66 000 euros
- 2010 : Annonce de la création prochaine d'une succursale au Portugal pour la filiale Anikop
- 2010 : Rachat le 28 juillet 2010 de la participation des minoritaires dans Plugsquare (20%) portant celle du groupe à 100%
- 2010 : Signature le 16 août 2010 d'un partenariat entre les sociétés D'gaming et LDLC.com dans le domaine du sport électronique donnant naissance à la "Team LDLC.com"
- 2010 : Sortie le 16 septembre 2010 d'une nouvelle version du site Anikop
- 2010 : Augmentation de capital (398500 actions supplémentaires au prix de référence de 2.47 euros) suite au paiement du dividende en actions 2010
- 2010 : Partenariat avec le site Mistergooddeal (groupe M6) dont la section Informatique/Multimédia reprend depuis la mi novembre une partie de l'offre du site LDLC.com (plus de 1300 références)
- 2010 : Mise en place d'un programme d'affiliation pour maginea via la plateforme Effiliation à partir du 23 novembre

LE COMMERCE EN FRANCE

CHIFFRE AFFAIRES LDLC



LE COMMERCE EN FRANCE

LE GROUPE LDLC

- **LDLC.com**
 - Vente en ligne de matériels informatiques et multimédia Création : 1997 Versions .en et .be Cible : particuliers
 - Plus de 8 000 références de pièces (cartes mères, processeurs, mémoires...) ainsi que de nombreuses solutions de configurations.
- **fillspot.com**
 - Vente en ligne de consommables
 - Création : 2006
 - Cible : particuliers et professionnels
 - Plus de 2 500 références
 - Les consommables toutes marques tous modèles, la qualité du service logistique LDLC.com en plus.
- **Plugsquare**
 - Vente en ligne d'instruments et d'équipement musical - Communauté virtuelle
 - Création : 2006
 - Plus de 3 000 produits en ligne, plus de 20 000 produits en stock
 - Tous les instruments pour musiciens novices, éclairés ou experts, dans une boutique en ligne, accompagnée d'une communauté virtuelle, présentant actualités et informations musicales, du local au mondial.
- **Lapcorner**
 - Vente en ligne d'ordinateurs portables
 - Création : 2006
 - Cible : grand public
 - Plus de 1 500 produits référencés
 - Le moteur de recherche permet de trouver le portable idéal en fonction de l'utilisation ou de la performance.

LE COMMERCE EN FRANCE

LE GROUPE LDLC

- **Maginée**

- Vente en ligne de produits d'intérieur, décoration, jardinage, bricolage et bien-être.
- Création : 2006
- Refonte en 2008
- Cible : particuliers
- Tout ce dont l'intérieur a besoin, du sol au plafond, sans oublier l'extérieur de la Maison. Près de 1 000 références, tendances et nouveautés.

- **Orichalk**

- Vente en ligne de jeux, jouets et objets collectors
- Création : 2007
- Cible : grand public
- Toutes les références de la génération " Séries TV ", jeux et jouets insolites, raretés et nouveautés dans un univers riche et coloré.

- **Hardware.fr**

- Test de matériels et contenu informatique Cible : du novice à l'expérimenté Un forum actif avec plus de 400 inscriptions et plus de 30 000 messages par jour. Plus de 9 000 news sur le matériel informatique. 10.5 Millions de visites et 42 millions de pages vues mensuelles (Xiti mai 2008).

- **Aideonline.com**

- Aide technique gratuite et conseils de spécialistes Création : 2000
- Cible : du novice à l'expérimenté Mise à jour quotidienne pour de l'information continue Plus d'un million de messages, prPs de 45 000 membres, la référence de l'astuce et de l'information en ligne (chiffres de décembre 2007).

- **boutiques Lyon et Paris**

- www.ldlc-lyon.com - www.ldlc-paris.com Sites vitrines des deux enseignes physiques de LDLC.com Lancement : 2007
- La solution pour consulter les disponibilités, promotions et actualités spécifiques à chaque boutique.

LE COMMERCE EN FRANCE

GROUPE LDLC.COM

- Le cybermarchand spécialisé dans la vente de produits d'électronique grand public lance fillspot.com, un site dédié à la vente de consommables pour l'informatique.
- L'offre regroupe 2300 références de produits appartenant à quatre familles (papier, encres, nettoyage et accessoires).
- Fillspot, n'est pas le premier site spécialisé lancé par LDLC. Le cybermarchand qui a réalisé 114,7 millions d'euros lors de son dernier exercice exploite déjà 5 autres sites marchands en plus de LDLC dont Textorm, DLP-Connect, NT-Communication et dealtonic.