

TIC. Six mois après sa reprise au tribunal de commerce, l'entreprise toulousaine peut enfin déployer sa stratégie de reconquête. C'est un ancien, Philippe Pisani, qui est revenu pour relancer l'aventure avec neuf ingénieurs.

123 Multimédia veut saisir sa seconde chance sur le web

« Certains sont morts dans cette guerre. » Philippe Pisani, le nouveau président d'123 Multimédia, justifie ainsi son refus de triomphalisme. Pourtant, il aurait de quoi se réjouir tant son entreprise revient de loin. Près de six mois après l'avoir reprise moribonde au tribunal de commerce, il va à nouveau pouvoir réembaucher. Le symbole est fort pour une entreprise dont les effectifs sont passés de 400 à 10 (Philippe Pisani compris). Fondée en 1987, l'entreprise avait subi une véritable descente aux enfers : crise financière, crise boursière, chute des recettes publicitaires et même un redressement fiscal. Philippe Pisani, un ancien de 123 Multimédia (lui-même licencié pendant la crise), relève un défi difficile en octobre 2013, quand il reprend l'entreprise.

Il a fallu déménager toute l'infrastructure, un défi crucial qui a été relevé par le Toulou-



sain FullSave. Il a ensuite fallu reprendre peu à peu la maîtrise de la machine avec une équipe réduite à neuf ingénieurs.

TCHATTE.COM, « L'ANTI-FACEBOOK »

« Dans les semaines qui viennent, nous aurons pleinement repris le contrôle de nos moyens de production », se réjouit Philippe Pisani. Lors du

naufage, 123 Multimédia a sauvé sa pépite, le site tchatte.com. Alors que le web pesait 1/5^e de l'activité avant la crise, il en représente désormais les deux tiers. Le reste de l'activité se concentre sur les SMS et les services d'appels téléphoniques. Et c'est sur cette base que la PME veut se relancer. Site de rencontre entièrement gratuit, tchatte.com a

aussi la particularité d'être anonyme. « Nous sommes le seul réseau social à garantir l'anonymat : l'anti-facebook », proclame fièrement Philippe Pisani.

Décliné en 12 langues sous le nom de domaine babel.com, tchatte.com attire des dizaines de milliers de connexions toutes les heures, et 14 à 15 millions de messages y sont

échangés chaque jour. Cette plateforme recèle le nerf de la guerre : l'audience, que Philippe Pisani veut faire fructifier, pour ensuite la monétiser.

Pour accroître l'audience, 123 Multimédia prévoit de multiplier les supports sur lesquels tchatte.com est disponible : internet, le mobile, et bientôt la télé connectée, un vivier prometteur. « Nous aurons rapidement un budget R & D à cet effet », promet le dirigeant.

LA STRATÉGIE FREEMIUM

L'étape suivante consiste à monétiser l'audience. Si l'accès à la plateforme est gratuit, tous les services ne le sont pas, selon le modèle freemium, très à la mode. La gratuité de départ permet d'attirer un grand nombre d'internautes, et de créer une dépendance qui pousse ensuite à payer (un peu) pour avoir accès à toutes les fonctionnalités du site. Au-delà du freemium, la publicité fait l'ap-

point. Elle augmente les recettes à mesure que le trafic augmente.

SE RÉIMPLANTER À L'ÉTRANGER

Autre levier de développement : l'international. Philippe Pisani souhaite développer la version étrangère de tchatte.com : babel.com. Dès qu'il estimera que l'audience est suffisante dans un pays, il y cherchera des partenaires pour ouvrir une filiale sur place et y dupliquer son modèle.

C'est sans doute en Espagne que 123 Multimédia commencera à se relancer. Mais le dirigeant ne veut pas répéter les erreurs du passé. Il s'appuiera donc sur de petites équipes bien implantées, et sur la sous-traitance, tant en France qu'à l'étranger. « 123 Multimédia a failli mourir pour être devenu un mammoth. » Miraculément, l'entreprise veut garder une taille humaine.

JEAN-MARIE BORDRY