

La PME à découvrir - Ile-de-France

aXantis veut doubler ses ventes en cinq ans

Cette affaire spécialisée dans la distribution d'articles de bureautique et d'informatique auprès des petites et moyennes entreprises affiche de grandes ambitions pour les années à venir.

Le regard d'une PME sur les autres PME. » C'est la colonne vertébrale d'aXantis, sa marque de fabrique, en quelque sorte : depuis sa création en 1986, cette affaire, spécialisée dans la commercialisation d'articles de bureautique (elle est concessionnaire de Xerox), n'a jamais cessé d'enrichir son offre en matière d'informatique, de téléphonie et de mobilité, sans s'éloigner de sa cible : les petites et moyennes entreprises.

« Ces structures ont des besoins spécifiques auxquels ni les grandes surfaces spécialisées ni les fournisseurs de grands comptes ne peuvent répondre », assure Frédéric Liwer,

président, qui se partage le capital du groupe à parts égales avec Joël Taieb, son associé. Aussi ont-ils développé une offre qui va de la fourniture et l'installation de copieurs, d'imprimantes et de fax à celle d'applicatifs, de périphériques et de logiciels en passant par la vente de consommables multimarques et de téléphonie d'entreprise.

PRODUITS INNOVANTS

Une gamme très large que les clients peuvent découvrir, depuis l'année dernière, dans son nouvel espace de vente situé à Paris dans le IX^e arrondissement. Destiné aussi bien aux PME qu'aux particuliers (professions libérales et médicales, travailleurs indépendants, commerciaux...), ce « concept store » commercialise également des produits très innovants comme le fameux BloXnote, vendu en exclusivité chez aXantis. Ce bloc-notes permet de numériser et de sauvegarder au format Word toutes les notes prises à la main sur papier ordinaire. Devant son succès, aXantis envisage même de signer des accords de distribution



avec de grandes enseignes. L'ensemble a représenté en 2006 un chiffre d'affaires de 20,5 millions d'euros qui a permis de dégager un résultat après impôt de 800.000 euros. Basée à Gennevilliers, dans les Hauts-de-Seine, la société de 65 salariés — dont 80 % commerciaux — compte 5.000 clients actifs. Elle a pour objectif de « doubler son chiffre d'affaires en cinq ans » en apportant

via des offres d'externalisation. « Une stratégie offensive qui passera par de la croissance organique bien sûr, mais aussi par des acquisitions dans le domaine des sociétés de services informatiques », souligne Frédéric Liwer. La veille technologique sera, elle aussi, accentuée, pour proposer, comme la société le fait actuellement avec son BloXnote, toujours plus de produits nouveaux. ■

NATHALIE CHEVENNE