



PME & REGIONS

Fastmag simplifie la vie des commerçants

LA PME À SUIVRE ÎLE-DE-FRANCE

Effectif : 40 salariés
Chiffre d'affaires : 4,5 millions
Activité : logiciel pour magasins

Dominique Malécot
dmalecot@lesechos.fr

Gérer une chaîne de magasins sur un simple PC ou un smartphone, c'est le domaine de l'éditeur de logiciels Fastmag. « *Nous nous adressons plutôt aux petites et moyennes chaînes, de trois à cinq magasins jusqu'à 200 ou 300* », explique son président, Serge Chelli. L'entreprise

parisienne, forte d'une quarantaine de salariés et de 4,5 millions d'euros de chiffre d'affaires, se distingue par sa capacité à décliner ses produits pour des métiers précis.

Une gamme s'adresse à la mode, à la chaussure et aux accessoires, une autre à la décoration et à l'ameublement. Il en existe aussi pour la restauration, le négoce ou les boutiques spécialisées. A chaque fois, des modules particuliers permettent de gérer les stocks, les commandes, d'éditer des états divers, de tenir la caisse et de vendre sur Internet.

Cette caractéristique des logiciels est liée aux origines de l'entreprise. Née sous le nom d'Ace Informatique en 1989, elle éditait des logiciels de gestion d'entreprise avec une

forte spécificité pour le commerce de détail. S'y est ajouté, à partir de 1995-96 une activité de développeur de sites Web exigeant de fortes capacités de calcul en ligne.

Des clients dans 23 pays

« *En 2001, à l'éclatement de la bulle Internet, nous avons toujours les deux activités et nous les avons réunies* », raconte Serge Chelli. C'est ainsi qu'est sortie en 2003 une première solution tout-Internet de gestion de chaînes de magasins et que l'entreprise a pris le nom de Fastmag. « *En combinant notre expertise métier et notre technologie Internet, nous avons pu mettre au point un produit très adapté qui avait une dizaine d'années d'avance* », se féli-

cite Serge Chelli. La formule logiciel en ligne, toujours à jour, permet d'ajouter facilement des fonctions comme, dernièrement, la gestion de la relation client. Et, dans le cas de Fastmag, « *il suffit d'un navigateur Internet pour l'utiliser* », affirme le dirigeant. Résultat, un smartphone peut se transformer en terminal de vente mobile et le logiciel, qui existe en dix langues, passe les frontières.

Serge Chelli revendique ainsi plus de 5.000 clients – dont une centaine à New York – dans 23 pays. Outre sa filiale en Israël, qui assure le support sept jours sur sept, Fastmag en a ouvert à New York et à Casablanca. Il envisage d'en créer une à Hong Kong cette année. ■