



À la manière de navigateurs aguerris, Laurent Chancholle, cofondateur, et Patrick Moron, directeur commercial associé, ont souvent senti d'où venait le vent.

**Nouveau stade et nouveau pont, tous deux portant le patronyme de son ancien maire emblématique Jacques Chaban-Delmas, des grues à presque tous les coins de rue, Bordeaux paraît une ville en effervescence.**

Rien d'étonnant à ce qu'on y retrouve aussi les locaux de Cybertek, une marque née en 1996 et qui s'est développée en deux décennies dans toute la région. Extérieurement les locaux ne payent pas de mine : d'anciens entrepôts de la sucrerie Beghin-Say partagés avec un négociant en vins ou un loueur de box. Ils renferment pourtant une portée historique puisque la structure et les escaliers ont été conçus par Gustave Eiffel. En y pénétrant, on a le sentiment de se retrouver dans une sorte d'entreprise artisanale à grande échelle. On est loin des open spaces aseptisés à l'américaine. Bureaux, ateliers, stocks... tous les métiers de Cybertek sont regroupés au même endroit. Et si le visiteur devine difficilement qui fait quoi, c'est une machine bien huilée et qui tourne rond. Car si la société a beaucoup grandi, elle est tout de même restée fidèle à sa philosophie de départ du fait-maison. « Fin 1996, Cybertek n'était qu'une petite boutique d'assemblage située à Talence [à 5km de Bordeaux], lancée par Xavier Sourroubille et Laurent Chancholle, en plein boom du PC. L'activité a démarré très vite, notamment par notre proximité avec l'université », rappelle Patrick Moron, directeur commercial

## CYBERTEK, LA DISTRIBUTION TOUS AZIMUTS

et import, qui a rejoint Cybertek en tant qu'associé quelques années après. « On ouvrait à 10 h, devant une file d'attente de trente personnes venue acheter un PC pour un panier moyen de 15 KF.. Les semiremorques bloquaient toute la rue. » En quatre mois Cybertek atteint un C. A. de 1 MF, et très rapidement, les dirigeants décident d'étendre leur rayon d'action. Ainsi en 1998, Cybertek commence à créer des points de ventes. L'idée de développer des franchises est un temps envisagé mais le projet se passe mal, et l'entreprise

Bâti, il y a vingt ans, comme revendeur de proximité, Cybertek a autant multiplié ses points de vente que diversifié ses métiers : fournisseur sous la marque Dust et distributeur sous l'enseigne Picata. Du billard à trois bandes qui plaît bien aux dirigeants du groupe.

préfère monter ses propres boutiques avec une stratégie simple mais efficace : les positionner systématiquement en zone commerciale pour profiter d'un flux important de clientèle, et séduire notamment les déçus de la grande distribution.

### Son savoir-faire séduit l'e-commerce

C'est à cette époque aussi que Cybertek s'installe dans son entrepôt bordelais. Et la machine tourne à plein. « Nous vendons beaucoup de composants notamment pour le gaming mais l'assemblage de PC est le cœur de notre activité avec une capacité de 50 000 configurations par an », souligne Laurent Chancholle, l'un des deux cofondateurs de Cybertek. La réputation de la marque grandit à Bordeaux à tel point que Cdiscount, le géant de la vente en ligne – bordelais, lui aussi – dont les locaux sont situés à une encablure du siège de Cybertek, les sollicite pour l'intégration de ses PC en marque blanche. Pour autant et malgré ce coup d'essai dans la vente en ligne par procurement, Cybertek est encore ultrafocalisé sur la vente physique, contrairement à d'autres groupes lancés à cette même période, comme LDLC ou Grosbill Micro. « C'est vrai, nous avons pris

### ZOOM SUR CYBERTEK

#### CRÉATION DE L'ENTREPRISE :

septembre 1996 par Laurent Chancholle et Xavier Sourroubille

**C. A. :** 40 M € en 2015

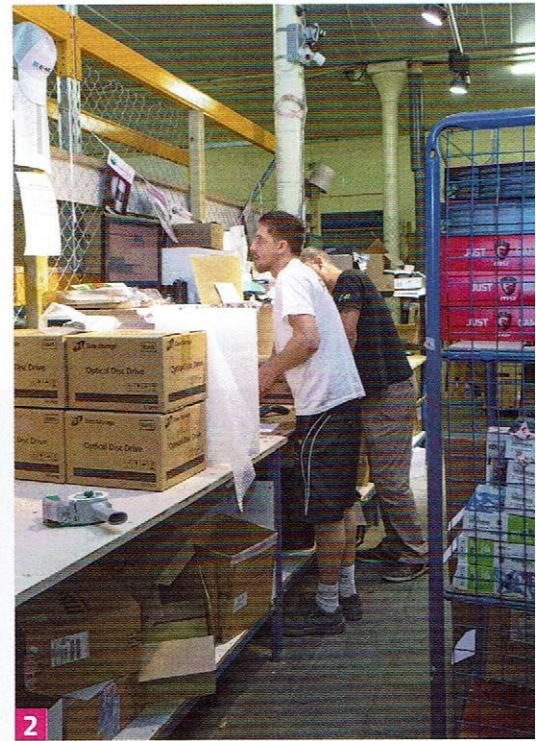
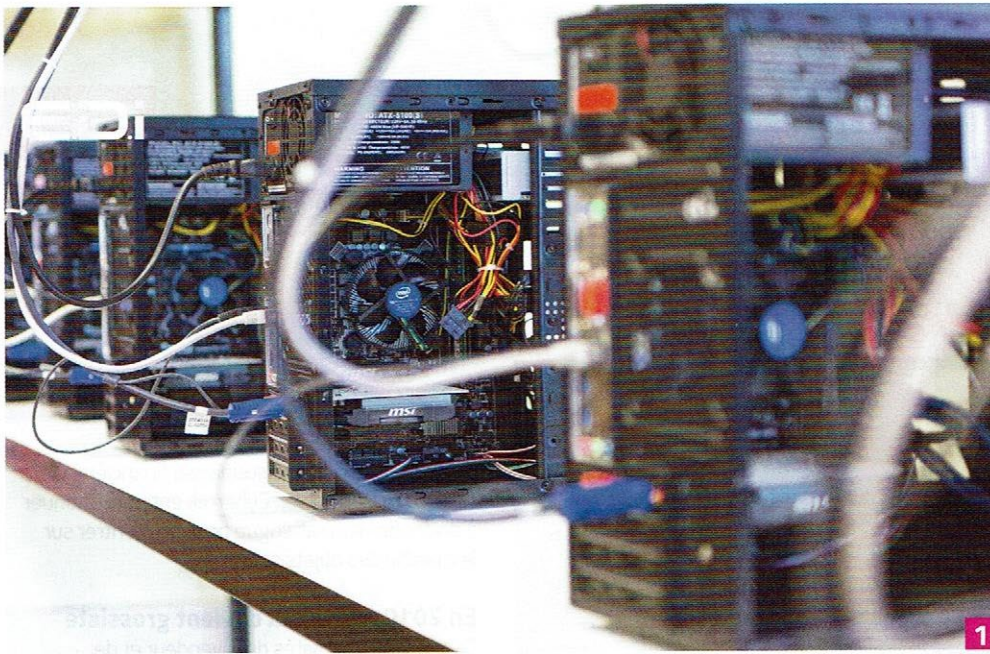
**NOMBRE D'EMPLOYÉS :** 80

**NOMBRE DE BOUTIQUES :** 20

**MARCHÉS CIBLÉS :** particuliers, TPE, PME, revendeurs *via* Picata, e-tail et retail *via* Dust

**CONTACT COMMERCIAL :**

p.moron@cybertek.com



Le centre névralgique se situe dans son siège bordelais, avec un banc apte à monter 50 000 machines par an (1), un stock destiné aux boutiques de la marque et aux revendeurs clients de Picata (2 et 5), et un atelier dédié à la maintenance et l'upgrade (4). L'enseigne se spécialise aussi dans la production de PC de gaming haut de gamme au design original (3).



**L'esprit d'autonomie subiste ici depuis toujours; et la plupart des développements sont réalisés en interne selon une croissance organique.**

du retard sur la vente en ligne malgré notre présence chez Amazon, Rueducommerce ou Cdiscount via leurs marketplaces, mais ce développement fait partie de nos objectifs. Autant le faire nous-mêmes pour éviter de payer la commission de 7 % que ces intermédiaires réclament », souligne Laurent Chancholle. Depuis l'an dernier, en effet, un site marchand a été mis en place, Cybertek ayant choisi de le concevoir avec ses propres équipes. Vingt ans après, l'esprit d'autonomie subiste dans la société, et la plupart des développements sont réalisés en interne selon une croissance toujours organique. « Trois développeurs travaillent pour nous, non seulement pour la création du site mais aussi

pour nos outils d'ERP et de CRM qui nous sont propres. C'est beaucoup de travail mais ça nous donne une vraie autonomie et une meilleure réactivité », insiste Patrick Moron.

**Une enseigne qui impose sa griffe**  
Une indépendance que Cybertek va renforcer en 2008 en décidant de lancer sa propre marque, Dust (pour Digital Urban Style). Pas question ici de se contenter d'apposer un logo sur des produits no name qu'on pourrait retrouver ...

« Depuis plus de quinze ans, nous achetons en direct des volumes en licences chez Microsoft, ce qui nous donne aussi des conditions tarifaires favorables »

Xavier Sourroubille,  
cofondateur de Cybertek



... n'importe où. Si Dust utilise effectivement les infrastructures de grands ODM chinois, les équipes de Cybertek sont totalement impliquées dans toutes les étapes de la production, établissant un cahier des charges précis et rencontrant les responsables des usines sur place. « Nous voyageons très régulièrement en Chine que ce soit pour visiter les lieux de production et vérifier que tout est fait dans le respect des lois sur le travail et avec une qualité irréprochable, mais aussi pour participer aux grands événements technologiques asiatiques, car c'est là qu'on trouve les produits du futur », explique Patrick Moron. Un relationnel avec l'empire du Milieu qui prend du temps à s'établir mais une fois que la confiance est là, les échanges entre Cybertek et ses partenaires chinois donnent des résultats remarquables. Dust peut ainsi se prévaloir d'un taux de retour

en SAV de ses produits d'environ 1 % tout en les proposant à des tarifs particulièrement agressifs : portables 2-en-1 à 150 €, notebook à 160 € et des accessoires à tout genre. Dust est bien sûr présent dans les enseignes Cybertek mais surtout se retrouve référencé chez des géants du retail et de la vente en ligne. « Nous entretenons des relations privilégiées avec Intel, et depuis plus de quinze ans, nous achetons en direct des volumes en licences chez Microsoft, ce qui nous donne aussi des conditions tarifaires favorables », explique Patrick Moron. Il faut souligner que si Cybertek travaille avec les grands distributeurs français, il réalise la moitié de ses achats en direct, auprès des fournisseurs, ce qui là aussi

lui donne une certaine souplesse financière. Avec sa marque Dust, Cybertek entend continuer à diversifier son catalogue produit et entrer sur le marché des objets connectés.

### En 2010, Cybertek devient grossiste

Combiner les activités de revendeur et de fournisseur n'était sans doute pas suffisant pour les dirigeants de Cybertek. Ils complètent alors le triptyque de la distribution : celui de grossiste. C'est chose faite en 2010 avec le lancement de l'enseigne de distribution Picata qui résulte de deux constats : la création de boutiques réclame un énorme investissement, et Cybertek préfère limiter son réseau à vingt points de vente. Mais dans le même temps, il faut trouver un moyen d'augmenter la zone de chalandise de la marque qui s'étendait alors au sud d'une ligne tracée de Brest à Toulon. « Même si 80 % de notre C. A. est réalisé auprès des particuliers, dès 2000, nous vendons à d'autres boutiques de la région qui trouvent chez nous des prix intéressants grâce à nos accords avec les marques », explique Laurent Chancholle. Cybertek n'a pas de cellule dédiée à la vente professionnelle ? La fondation de Picata s'impose d'elle-même pour atteindre une envergure nationale. « Il faut aussi créer une enseigne car certains revendeurs étaient gênés d'acheter chez Cybertek, comme à un concurrent. » Trois commerciaux sont embauchés pour monter cette cellule grossiste, et dès le lancement, Picata installe son stand sur IT Partners pour se faire connaître. Son catalogue est calqué sur celui de Cybertek, à l'exception des PC estampillés Dust. Six ans après sa création, Picata regroupe 800 revendeurs actifs mais « il reste un énorme potentiel à exploiter », insiste Patrick Moron. ■

## TROIS MARQUES QUI RAYONNENT

Si le nom de Cybertek est déjà très connu dans la région bordelaise, le groupe ne ménage pas ses efforts pour développer la renommée de ses autres activités. Lancé sur IT Partners en 2010, Picata marque ainsi de sa présence l'évènement leader du channel. La marque Dust (pour Digital Urban Style), de son côté, est exposant au MedPi, adroitement positionné en face du stand Intel pour retenir

l'attention des visiteurs. Elle accroît aussi sa réputation à travers son partenariat avec le club du Top 14 Union Bordeaux-Bègles depuis deux ans. Une notoriété qui a aussi permis à Cybertek d'être partie prenante dans des initiatives tel que le Village Crédit Agricole, un incubateur de start-ups où la marque a notamment mis en avant son expérience dans les relations avec les fabricants chinois.

La soif d'autonomie de Cybertek se renforce en 2008 à travers le lancement de sa propre marque Dust.

