

# Pagesmode se lance dans l'e-shopping

C'est une importante étape que s'apprête à franchir le site portail pagesmode.com, en ce début septembre, en s'ouvrant en grand au e-shopping. Tout en développant des services aux marques moyennant finances.

Pagesmode.com est déjà depuis longtemps installé dans le paysage des sites Internet "visibles". Très bien référencé sur Google, il reçoit environ 120 000 visites uniques chaque mois. Et, en septembre, son instigateur, Philippe Zeder, compte sur un million de pages vues. Les internautes ont manifestement déjà trouvé dans l'objet de départ de Pagesmode de quoi satisfaire un besoin : leur permettre en tant que consommateurs de trouver la boutique diffusant telle ou telle marque dans une ville donnée. C'est en 2001 que ce concept a été mis en ligne sous l'intitulé oomarkes.com. En 2004, le rapprochement avec Fashop, la base de données professionnelles fondée par Philippe Zeder, est officialisé. Celui-ci a beaucoup travaillé avec la Fédération nationale de l'habillement et son président Charles Melcer, afin de mettre en place cet outil qui se veut un atout pour le commerce indépendant, le premier à diffuser les marques. Il est annoncé

la prise en compte de quelque 35 000 commerces couvrant l'ensemble des secteurs, soit l'homme, la femme et l'enfant. Au fur et à mesure, d'autres fonctionnalités se sont ajoutées. Aujourd'hui, par exemple, un consommateur qui ne trouve pas tel produit dans sa taille peut lancer une recherche transmise par mail à tous les revendeurs de la marque. Surtout, Pagesmode se veut à la disposition des marques. Elles sont déjà 2 500 à s'être fait référencer gratuitement sur le site. Quelque 350 ont ouvert un showroom (service gratuit). "À travers le concept du showroom, les marques bénéficient de prestations complémentaires. Elles disposent d'une galerie photos pour présenter leurs collections. Elles peuvent aussi diffuser leur actualité au travers du site", souligne Philippe Zeder. Autre possibilité également : l'utilisation de books PDF permettant aux internautes de télécharger dossiers de presse, look-books, catalogues, etc. Pagesmode propose enfin un abonnement mensuel de



« Pagesmode permet d'élargir la diffusion. »

Philippe Zeder  
fondateur de Pagesmode

## en bref...

### Massimo Dutti attaque le marché de l'enfant en France

■ L'enseigne de mode espagnole Massimo Dutti (groupe Inditex) va diffuser en France, à partir du 9 août, sa ligne enfant pour les 2 à 16 ans. Cette collection, Boys & Girls par Massimo Dutti, lancée en 2002 en Espagne, sera pour l'instant vendue uniquement dans la boutique de la marque située rue Royale à Paris. Tendance et citadine, la ligne mélange le liberty, le cuir vintage et le cachemire. Les couleurs vont du jaune citron au cuivre, au parme et au mauve.

### Oxbow s'attaque aux États-Unis

■ Le 20 juillet dernier, la griffe de surfwear du groupe Lafuma a inauguré le lancement de sa marque aux États-Unis en ouvrant son premier magasin à Santa Monica (Californie). D'une surface de 150 m<sup>2</sup>, il reprend le concept de la vague sur un seul niveau. Pour assurer son développement outre-Atlantique, Oxbow, en présence de sa vedette Laird Hamilton, exposera en avant-première sa nouvelle collection printemps-été 2009 à l'ASR Show de San Diego en septembre. Ensuite, la marque organisera la seconde étape du championnat du monde de longboard qui se tiendra en Californie, à San Clemente.

### Ralph Lauren reprend sa licence underwear à Schiesser

■ Polo Ralph Lauren a décidé de reprendre en direct son underwear. La griffe américaine a ainsi mis à fin à la licence que détenait le fabricant européen Schiesser sur le continent européen depuis janvier 2003.

The screenshot shows the Pagesmode website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ACCUEIL', 'ACCÈS MEMBRE', and 'A PROPOS'. The main content area is divided into several sections:
 

- ESPACE MARQUES**: A sidebar menu with categories like 'PRODUITS', 'RUBRIQUES', 'ACTUALITÉS', and 'ESPACE EMPLOI'.
- LA MARQUE DU JOUR**: A featured section for 'YERSE' with a photo of a woman and a description of the brand's style.
- DERNIÈRES NEWS DES MARQUES**: A list of recent news items from various brands like Fanny Belette, Electric Hoodlum, and Cheignon.
- LES 50 MARQUES LES PLUS VISITÉES**: A list of popular brands including Bershka, Cop Copine, and Desigual.
- Partenaire Presse**: A section for media partners, featuring 'darday'.
- Recherche**: A search bar at the top right with a dropdown menu showing recent searches.
- espacemax.com**: A promotional banner for a sale, stating 'Jusqu'à -80%'.

79 € HT, incluant des services permettant de booster la présentation du showroom, comme une mise en avant des news sur le site et sur une newsletter, un rapport de statistiques des pages vues, etc.

Un autre service a été mis en place. Moyennant finances (un abonnement de 23 € par mois), l'enseigne ou la marque peut désormais mettre en avant sa liste de commerces avec plus d'informations. Dans la formule basique, la liste de commerces référencant la marque s'affiche par ordre alphabétique.

Autre service important, donc, qui vient de naître : l'e-shopping. Pagesmode référence les produits commercialisés par les e-shops en temps réel. Il suffit de taper le nom d'une marque et un type de produit, un t-shirt par exemple, et s'affichent immédiatement les sites partenaires proposant ce e-shopping. Selon Philippe Zeder,

pas moins de 54 sites seront mis en ligne en ce début septembre. Cet été, le site d'origine italienne de fins de série haut de gamme, Yoox, faisait la course en tête. Le référencement est gratuit pour les sites. Pagesmode se rémunère en pourcentages sur les ventes passant par son intermédiaire. Pour les grands sites, Pagesmode passe par les plates-formes mondiales. L'objectif de Philippe Zeder est aussi de permettre aux "petits" détaillants et aux petites sociétés ayant un site d'être également référencées, restant ainsi fidèles à la vocation de départ de Pagesmode. "C'est un élément important", souligne Philippe Zeder. Nous avons en effet réalisé une étude sur les sites qui se montent. En résumé, celle-ci relevait le nombre incroyable de sites existant pour de simples motifs de communication, du genre : je crée une marque, donc je monte un site

Web. Moyennant quoi, beaucoup de ces sites enregistrent un manque de fréquentation. Pagesmode en tant que portail permet d'élargir la diffusion." L'adoption du concept showroom par la marque permet aussi à l'e-shop de celle-ci d'être référencée sur le site.

Si le site compte beaucoup sur Google pour sa visibilité, il a aussi passé des accords de partenariat avec nombre de magazines de mode, notamment ceux du groupe Jalou (L'Officiel, Optimum, etc.), Elle, DS, Milk, Citizen K, Enjoy, etc. Ces derniers renvoient à Pagesmode dans le cadre de leurs rubriques shopping. Et Pagesmode met à leur disposition un espace où ils peuvent se présenter ou même renvoyer sur leur propre site. Des formules partenaires qui manifestement rapportent... Et qui d'ailleurs ne manqueront pas de s'étendre. ■ JEAN-PAUL LEROY