

ESPAGNOL

Durée : 1 heure
Coefficient : 1

El 'otro' mercado común europeo

PIXmania anuncia un modelo que pretende unificar el comercio europeo 'online' a través de su nuevo sitio en la Red: PIXplace

DAVID CORRAL - *París* - 18/04/2008

"Queremos ser 'el Amazon' europeo". No hay duda a PIXmania no le tiembla el pulso, las palabras pronunciadas por Steve Roseblum cofundador de la compañía presagian y vaticinan altos vuelos para una empresa que quiere extender su oferta hacia productos cotidianos. El anuncio hecho público en París por parte de Steve y Jean-Emile Rosenblum en el marco del Focus Partners de Fotovista, la empresa matriz de PIXmania, abre la puerta a un mercado europeo *online*.

PIXplace es consecuencia de la lógica, si Europa basa su política en un mercado económico común, la Red no iba a ser menos. Los hermanos Roseblum ponen los ojos en Europa, y lo hacen ofreciendo un nuevo modelo de mercado que deja atrás los tiempos en los que PIXmania, fundada en el año 2000, era sólo sinónimo de fotografía - el pasado 2007 vendieron 750.000 cámaras digitales y la previsión para 2008 es a la alza, con una perspectiva de 800.000 unidades -. La transformación y evolución de la compañía es similar a la estadounidense Amazon, santo y seña de la venta de libros *online* y que ha peleado hacia un mercado de lo cotidiano donde el internauta puede comprar cualquier producto a golpe de *clic*, incluso Amazon creció de tal forma que emprendió la aventura de diseñar su propio hardware con Kindle.

Lejos de las aventuras de desarrollar hardware, PIXmania, que cuenta con algunos accesorios como *pen drive* o tarjetas de memoria de su propia marca, revisa el modelo de mercado con PIXplace. La compañía francesa es el medio para los pequeños y medianos comerciantes que quieren expandir su marca en la Red, un gran escaparate virtual de 15 millones de visitantes únicos al mes con presencia en 26 países europeos, 6 millones de clientes y a partir de ahora más de 250.000 productos. El mecanismo resulta sencillo, PIXplace sirve para dar a conocer a toda empresa que quiera promocionar sus productos. Un ejemplo, usted es un melómano y ha encontrado un disco de ocasión en una tienda de música alemana. PIXplace ha sido el escaparate, el resto corre a cuenta de la empresa que le suministrará el pedido con una salvedad: la garantía corre a cuenta de PIXmania. La compañía francesa se encargará de 'pelear' con el comercio si su producto ha venido defectuoso, le suministrará un nuevo *stock* y la traumática negociación de reponer el producto queda entre PIXmania y el comerciante al que usted ha comprado. Esto significa que PIXmania asegura las transacciones financieras para reducir un supuesto riesgo que pueda correr.

Otro de los invitados en la presentación de PIXplace ha sido el director general de la multinacional británica DSGI, John Browett, que se hizo con el 75% del accionariado de Fotovista por 266 millones de euros en 2006. Browett durante su comparecencia ha

insistido en el nuevo modelo de mercado que propone PIXplace donde los empresarios podrán elegir qué productos desean vender en cada país o fijar un precio y pagar una comisión sólo cuando el artículo ya ha sido comprado por algún cliente.

La estrategia propuesta por PIXmania deja de manifiesto su política empresarial, que maniobra con márgenes muy reducidos: hay que ofrecer precios competentes, lo más bajos. El beneficio se basa en un elevado volumen de ventas, que palian unos precios tan asequibles respecto al mercado *offline*.

Un carrito de compra con teclas

La apuesta por integrar todos los productos en una misma página web se ha anunciado en el Casino de París. En un lugar forrado de terciopelo rojo, más propio de cabaret que de mercado y de corbata en vez de pantalón de pana. Los hermanos Rosemblum han transformado el casino en un teatro en el que actuación por actuación abordaban las problemáticas y las distintas soluciones de su nuevo espacio. La conclusión era demasiado obvia, el carrito de compra se puede sustituir por uno con teclas, el ordenador. "Al final, todas las categorías de productos que vayan siendo solicitadas por los internautas serán cubiertas. Esto representa para nuestros usuarios, la garantía de acceder a todas las ofertas comerciales de Internet a través de un solo sitio, con la certeza de tener un servicio de calidad. Las compras son centralizadas por una sola 'cesta' que permite un pago *online* único y asegurado por PIXmania", asegura el director general de PIXplace en una fugaz aparición proyectada en la pantalla del Casino de París.

El mercado común de PIXplace cierra un círculo que sólo la infraestructura había impedido hasta el momento: "la penetración del ancho de banda en algunos países, la consolidación del mercado *online* y una mayor infraestructura de ordenadores en oficinas y casas han sido las responsables por los que la idea no se ha podido desarrollar antes", asegura Jean-Emile Rosenblum.

En España el retraso de la infraestructura no ha impedido que aproximadamente el 22% de las ventas totales de PIXmania hablen con acento español, lo que deja a España como el tercer país europeo que más utiliza el servicio de la empresa francesa. Las dos primeras posiciones son ocupadas por Francia y Reino Unido.

En lo que es el mercado estrictamente español, PIXmania es el primer servicio de comercio *online* con el 40% de las ventas dentro del territorio nacional. Los productos más demandados por los españoles son ordenadores, televisiones o cámaras digitales, pero el mercado se extiende y habrá que ver la acogida que tienen productos de lo más variopinto; desde vino a lavadoras pasando por guitarras o joyas. En total PIXplace ha lanzado seis nuevas categorías: equipos de oficina, casa y jardín, moda, Salud y belleza, instrumentos de música y Paquetes de regalo. En definitiva más productos para anunciar que el *otro* mercado común está en la Red y sus ojos apuntan a Amazon.

I. Traducir: (5 points)

Desde "En España" **hasta** "Reino Unido." (parágrafo 8).

II. Carta: (5 points)

Como cliente de una empresa que vende productos por Internet, escriba una carta en la que pide que le envíen un producto nuevo, ya que el suyo llegó en mal estado.

III. Ensayo: 100 palabras (+/- 10%) (5 points)

¿Qué piensa del comercio por Internet?

IV. Pasar al español las frases siguientes: (5 points)

1) La réforme du système, vise à améliorer les conditions de vie des employés.

2) Dès que j'aurai plus d'informations, je serai en mesure de vous répondre.

3) Les impôts ne devraient pas subir de hausse significative pendant quatre ans.

4) Les sociétés industrielles doivent réagir tôt, pour que la situation ne soit pas trop difficile pour les générations futures.

5) Un accord sur ce nouveau carburant devrait être signé dans les prochains jours.
