

Comment co-développer son produit indépendamment ? L'exemple de Platana et Leroy Merlin

Un partenariat entre une startup qui se lance sur son marché et un grand groupe peut parfois s'avérer délicat à gérer... Alors comment collaborer étroitement sans perdre son indépendance ? La startup Platana et le géant du bricolage ADEO nous ont partagé leurs retours d'expériences en la matière.

Temps de lecture : minute

18 octobre 2024

Tout commence en 2021 lorsque ADEO, maison-mère de Leroy Merlin, mais aussi de Weldom et Bricoman, cherche à repenser ses outils de gestion de l'après-vente. « *La réparation, ce sont des milliers, voire des millions de références à traiter. Car même si un produit n'est plus vendu, il faut qu'on soit capable de le prendre en charge. Nous avons donc besoin de pouvoir gérer beaucoup de données, afin de répondre à tous les cas qui peuvent se présenter à un comptoir en magasin* », explique Pierre Lemaire, leader réparation chez ADEO.

Privilégier le “buy” pour aller plus vite

Le groupe se tourne alors vers Platana, une startup créée en 2018 qui présente un double avantage : elle a été lancée par un ancien collaborateur d'ADEO et elle compte déjà de premiers clients - comme Boulanger. Surtout, elle est disposée à faire preuve de souplesse dans le développement en cours de sa plateforme Saas dédiée à l'après-vente. «

Nous avons déjà une solution en place dans trois pays, mais elle devait évoluer et nous savions précisément ce dont nous avons besoin. Le choix du “make or buy” s’est donc posé, et le “buy” l’a emporté, car il nous permettait d’aller plus vite », ajoute Pierre Lemaire.

Après un premier test en Pologne, la solution de Platana est déployée rapidement dans tous les points de vente du pays. Puis l’Espagne, le Portugal et l’Italie l’adoptent dans la foulée. La France, principal marché d’ADEO, est venue plus tard, en 2024. Aujourd’hui, plus de 450 magasins utilisent la plateforme pour gérer leur SAV. Une première étape pour ADEO, puisque, *« tout ce qu'on construit pour la réparation va servir pour opérer d'autres business circulaires ».*

Une relation partenariale dès le début

Tout au long de ce processus, la solution Saas de Platana a évolué et s’est enrichie pour répondre aux besoins d’ADEO et ses filiales. *« C’était une relation partenariale dès le début : on a grandi ensemble, en co-construisant. ADEO a beaucoup nourri nos réflexions sur le produit, mais nous avons aussi toujours en tête l’objectif de proposer un standard mutualisé pour tous nos clients »,* souligne Clémence Decouvelaere, la CEO de la startup.

En effet, face à un tel client structurant, le risque est grand de se retrouver en situation de dépendance, avec un outil conçu pour un client unique et non une solution pour tout un marché. Mais les deux parties en ont bien eu conscience, dès les débuts de leurs échanges. *« Pour nous, en tant que grand groupe, c’est extrêmement important de faire en sorte que notre partenaire grandisse ailleurs aussi »,* affirme Pierre Lemaire, qui avait déjà été confronté à ces questions auparavant, à son poste d’Innovation Manager chez Leroy Merlin.

Une influence sur la roadmap qui se réduit avec le temps

Pour limiter les risques de dépendance, Platana a veillé à garder « *une seule plateforme, unique, mutualisée pour l'ensemble des clients* », tandis qu'Adeo tient à garder la main sur certaines briques techniques, comme la gestion de certains types de données. L'influence d'ADEO sur la roadmap s'est ainsi progressivement réduite au fil du temps, même si le groupe bénéficie d'une relation toujours privilégiée.

Surtout, les deux partenaires misent fortement sur la communication, en acceptant de "se poser" régulièrement afin de s'assurer de l'équilibre de leur relation, tant sur le plan opérationnel que financier. « *C'est une relation qui est vraiment très saine dans le mode de fonctionnement, avec une logique de partenariat gagnant-gagnant* », estime pour sa part Clémence Decouvelaere.

La méthode a semble-t-il fait ses preuves : trois ans après le début de cette collaboration, Platana est passé de 10 à 22 salariés et a largement diversifié ses cas d'usage (réparation, SAV, rappels produits) ainsi que son portefeuille client, qui va désormais d'Intermarché à Norauto en passant par Electro Dépôt.



À lire aussi

La seconde main, terrain de rivalité entre startups et grands groupes



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Benoit Zante