

Kosmoss. Julien Legat et Sylvain Vallier veulent disrupter l'offre des agences design

● **DESIGN.** L'agence stéphanoise de design veut détonner dans le paysage national en lançant sa « Kosmoss boxx ». Objectif : multiplier au moins par 7 le chiffre d'affaires sous cinq ans.

Né il y a moins d'un an du rapprochement de la cellule de business développement de Julien Legat (ex-dirigeant des coursiers Verts, ancien de Probikeshop) et de l'agence design créée dix ans plus tôt par Sylvain Vallier, Studio Qooq, Kosmoss veut désormais pivoter en structurant son offre.

Repositionnement marketing

Un repositionnement marketing concrétisé par le lancement de sa « boxx ». Elle sera distribuée aux clients et prospects sérieux (coût de revient de 30 euros par boxx). À l'intérieur : goodies, chocolat, et surtout cartes postales matérialisant les quatre niveaux de services désormais cristallisés. « Nous proposons la Doctor boxx. Un expert vient faire le diagnostic de l'entreprise (un à trois jours NDLR). Nous livrons un business model, une cartographie, des esquisses. Ensuite, nous avons la Lunar boxx, pour permettre à nos clients de décrocher la lune. En cinq jours, en nous inspirant du design sprint, nous prototypons des produits et des services. Puis, nous avons la monsterr Boxx. En 6 mois, nous allons au prototype fonctionnel », détaille Sylvain Vallier. « La dernière, la business box est en fait une offre sur mesure pour trouver une solution à votre pain de

problème » plaisante-t-il. Design, marketing, stratégie... Kosmoss veut couvrir tous les champs en lien avec le design. « Nous ne sommes pas des consultants. Nous sommes des makers, nous ne faisons pas simplement des préconisations », assure Julien Legat. Pour pouvoir assurer ce rôle de « makers », -traduisez d'opérationnels en jargon non marketing-, Kosmoss s'est entourée d'une équipe d'experts indépendants. Les deux dirigeants planchent sur cette offre depuis plusieurs mois. Les services sont les mêmes qu'avant, mais proposés dans un cadre défini de temps et de coûts. Un positionnement ultra marketé, novateur dans le paysage de l'offre design.

« Le mot est probablement un peu fort, mais nous voulons disrupter l'offre des agences de conseil. Ou tout au moins, secouer le cocotier », lance le spécialiste du business développement, Julien Legat. « Le client sait exactement où il va, et combien de temps cela va prendre car son temps est précieux ». Dans cette optique de performance et d'efficacité, une plateforme web a été développée avec commande en ligne de la boxx choisie. « Le client définit son besoin sur le site puis le détaille lors d'un entretien skype. Nous décidons alors si nous y allons », déroule le fondateur de Studio



En ligne de mire de Julien Legat (à droite) et de Sylvain Vallier, un chiffre d'affaires de trois millions d'euros sous cinq ans (400.000€ en 2015/2016) grâce à un déploiement national de leur nouvelle offre.

Qooq, aux lunettes toujours aussi reconnaissables. Car le duo entend bien choisir ses projets. « Devenir un pur-player devrait nous permettre d'avoir beaucoup de propositions. Nous pourrions ainsi retenir les plus intéressantes. Nous avons une équipe de jeunes. Cette génération Y est hyperexigeante, nous devons la nourrir de sujets sympas si nous voulons la retenir. »

Déploiement national

Kosmoss a pour l'instant structuré son offre sur Saint-Étienne, Lyon et Grenoble. L'agence travaille à constituer

des équipes d'experts (partenaires locaux à travers un système de licences ou free-lances) à Bordeaux, Strasbourg, Lausanne, Marseille, Nantes, Paris, Bruxelles, Lille et Montréal pour un déploiement sur ces villes dans les 18 mois à venir.

En ligne de mire, un chiffre d'affaires de trois millions d'euros sous cinq ans (400.000€ en 2015/2016 ; RN : non communiqué mais qualifié de « satisfaisant » par les deux dirigeants). « Nous avons une roadmap ambitieuse mais harmonieuse. Nous n'irons pas au-delà de 20 salariés car nous voulons garder une taille

humaine. Au-delà de 20..., c'est impossible même en installant un baby-foot dans la salle de repos », ironise Julien Legat.

Et d'ajouter, dans un sourire, « Nous visons la croissance, pas l'hyper croissance. L'hyper croissance fait peur à tout le monde, notamment aux banquiers ». Or, Kosmoss entend bien s'appuyer sur ces derniers pour lever 300 à 800.000 euros dans les cinq prochaines années.

« Nous aurons besoin de fonds mais nous ne sommes pas prêts à lâcher 51 % de notre capital ! Nous passerons donc par des prêts ».

Si le marché est au rendez-vous, Kosmoss devra déménager dans les deux ans. Sylvain Vallier et Julien Legat réfléchissent à un nouveau lieu, « un camp de base », incluant des lieux de vie, où ils pourront travailler avec leurs équipes et cocréer avec leurs clients, jour et nuit.

Stéphanie Gallo

KOSSMOSS

(Saint-Étienne)
Dirigeants : Julien Legat et Sylvain Vallier
8 salariés
CA 2015/2016 : 400.000€
www.kosmoss.fr

● EN BREF

Locam. « Fallait que j'te dise... »

" Fallait que j'te dise... ". Voici le nom de l'opération lancée en interne pendant la semaine du 14 au 18 novembre par Locam, filiale du Crédit Agricole Loire-Haute-Loire (CA 2015 : 492 M€ ; 274 salariés), spécialisée dans le financement des ventes. Une semaine s'inscrivant dans la lignée de la journée de la gentillesse inventée par Psychologies magazine en 2009. Cette semaine thématique a été placée sous le signe de la bienveillance. À l'occasion de cette manifestation, les salariés ont rédigé un message à la personne de leur choix. 240 messages de sympathie ont ainsi été formalisés. La filiale du Crédit Agricole Loire-Haute-Loire n'a pas choisi de se placer dans une parenthèse dorée par hasard. Cette semaine s'appuie sur les conclusions récentes du projet Aristote mené par le géant américain Google. Étude mettant en avant que les « meilleures équipes sont celles où les personnes sont gentilles les unes envers les autres », explique ainsi Gilles Torrillon, directeur général de Locam. « La gentillesse, autrefois perçue comme un aveu de faiblesse, est aujourd'hui une force et un gage d'efficacité dans l'entreprise. Nous ne sommes pas dans le monde des bisounours évidemment mais la qualité de vie n'est pas l'ennemie de la performance. Au contraire, un collectif où se crée de la bienveillance et de la confiance est plus à même de transmettre cette image de transparence à l'extérieur ».

Easy design technology. Augmentation de capital pour faire rouler le Kiffy

● **MOBILITÉ.** Easy Design technology, portée par les PME ligériennes ITI et Chaudronnerie Fine de la Loire, vient de réaliser une augmentation de capital de 190.000€.

Le Kiffy s'est affiché ces derniers mois en 4X3 sur les campagnes de communication de la Ville de Saint-Étienne, mettant en avant l'expertise design du territoire. Il s'agit du vélo cargo, pliable et coloré, inventé par Norbert Peytour et industrialisé, dans leurs entreprises respectives, par Christophe Rosenstiel, dirigeant de ITI (mécanique générale ; CA 2015 : 10 M€ ; 90 salariés) et par Patrice Faivre-Duboz, dirigeant de CFL (chaudronnerie ; CA 2015 : 2 M€ ; 18 salariés). Les deux industriels se sont associés en octobre 2015 pour créer Easy Design technology, société en charge du développement du Kiffy.

Après avoir investi 350.000€ dans le projet, les deux dirigeants viennent de réinjecter 190.000€ en capital. Le capital social s'affiche désormais à 240.000€. Un montant jugé



Les Kiffy peuvent permettre de transporter de petits colis en ville, ou simplement ses courses puisqu'ils se transforment en caddy. .

nécessaire pour porter leurs ambitions pour le Kiffy. Avec 300 Kiffy vendus sur la première année, dont 90 % à l'export, au lieu des 600 attendus (point d'équilibre), Christophe Rosenstiel et Patrice Faivre-Duboz veulent désormais mettre le turbo.

Dans leur ligne de mire : les particuliers et l'export. « Nous étions, jusqu'ici uniquement positionnés sur les collectivités et les détaillants. Les Villes de Saint-Étienne et de Nice par exemple utilisent des Kiffy. La Ville de Paris est en plein test. D'ici quelques semaines, nous

allons aussi nous adresser directement aux particuliers grâce à la mise en place d'un site marchand », annonce Christophe Rosenstiel. Les deux hommes vont également réfléchir au développement à l'international avec la recherche d'importateurs ou distributeurs. Ils tablent enfin sur l'innovation et le développement de nouvelles déclinaisons, comme le Kiffy golf, pour atteindre la volumétrie souhaitée : 4 à 6 millions d'euros de chiffre d'affaires sous 3 ans avec cinq salariés.

Stéphanie Gallo

EASY DESIGN TECHNOLOGY

(Saint-Cyprien)
Dirigeants : Christophe Rosenstiel et Patrice Faivre-Duboz
Ca 2015/2016 : 250.000€
www.easydesigntechology.com