

la nouvelle économie

>> Interviews

propos recueillis par **Yannick Urrien**

Le premier portail consacré à la gastronomie du terroir lève 1,5 million d'euros.



Cyril Janin, fondateur de Keldelice :

"Nous contribuons à évangéliser le marché et à démocratiser la présence des producteurs locaux sur Internet."

Personne n'y avait pensé jusqu'à présent : créer un immense guide d'achat en ligne qui référencerait tous les producteurs locaux. Ce n'est pas un site de vente en ligne, mais un véritable moteur de recherche, adossé à un contenu éditorial, qui permet de retrouver des centaines de producteurs locaux et des milliers de produits du terroir. À l'origine de cette initiative, Cyril Janin, un pionnier de l'Internet, puisqu'il a créé le portail Keljob en 2000. Cyril a commencé avec ses fonds propres et il vient de lever 1,5 million d'euros auprès de Crédit Agricole Private Equity. Les producteurs peuvent s'inscrire gratuitement dans l'annuaire, mais ils doivent payer pour faire référencer leurs produits. Le fondateur de Keldelice.com répond aux questions de L'Hebdo-Bourseplus.

L'Hebdo-Bourseplus :

Comment vous est venue l'idée de créer cette sorte de place de marché des produits du terroir ?

Cyril Janin :

Comme tous les Français, je suis amateur de bons produits. Cependant, j'ai souvent été déçu, car lorsque je découvrais une bonne bouteille de vin dans un restaurant, je n'arrivais plus à la retrouver chez mon caviste. Et lorsque j'ai lu un article sur le meilleur jambon de France, le jambon de Bigorre, mon boucher m'a expliqué qu'il n'y avait qu'un fournisseur en France et qu'il ne pouvait pas s'en procurer... Or, en cherchant sur Internet, j'ai toujours trouvé le producteur qui vendait directement en ligne le produit que je recherchais. Je me suis rendu compte que nous avions une profondeur d'offres en France, avec de nombreux petits producteurs. C'est un marché énorme ! Par exemple, il y a 60 000 apiculteurs en France et le marché du miel représente un chiffre d'affaires de 300 millions d'euros... Pour le vin, nous avons 112 000 viticulteurs en France qui commercialisent leur production. Ils ont en moyenne une trentaine de références, sans compter les années, ce qui signifie que l'on peut trouver entre quatre et six millions de références de vins ! Donc, on a vraiment très peu de chances de retrouver ce que l'on veut dans des circuits de distribution traditionnels. C'est ainsi que j'ai eu l'idée de créer un agrégateur spécialisé. Finalement, Keljob c'était aussi cela : un Google vertical de l'emploi qui permettait de trouver des offres d'emploi sur les sites des entreprises, sur ceux des cabinets de recrutement, etc. J'ai donc eu l'idée de créer un moteur de recherche qui va rechercher les bons produits du terroir sur les sites des producteurs et des distributeurs. Il y a tellement d'offres qu'il y avait une réelle justification à agréger tout cela... Vous savez, dans les deux endroits où il y a le plus de choix en France - l'épicerie du Bon Marché et Lafayette Gourmet - ils plafonnent à 17 000 références ! On n'y trouve pas chaque fois ce que l'on veut et ce ne sont pas toujours les meilleurs

produits qui sont disponibles en raison des politiques d'achat des distributeurs. En effet, un producteur ne veut pas faire de négociations sur son produit phare. Les producteurs essaient de se diversifier, mais ils ne veulent pas baisser leurs prix sur leurs produits vedettes. Donc, ce ne sera jamais le top des produits que l'on trouvera chez les grands distributeurs. Je me suis lancé directement dans l'aventure et j'ai mis l'argent pour développer un moteur de recherche. J'ai ainsi découvert que le chiffre d'affaires de la gastronomie en ligne en France était de 400 millions d'euros ! Ce sont des chiffres qui n'apparaissent nulle part...

Vous ne vendez pas directement les produits, puisque vous orientez les internautes vers les sites des producteurs locaux. Quel est votre modèle économique ?

Le modèle économique se rapproche de celui des Pages Jaunes. Un producteur peut venir s'inscrire gratuitement, mais il doit payer pour faire référencer ses produits : 39 euros HT pour un catalogue de 1 à 50 items. Nous avons recherché un prix qui soit compétitif compte tenu du trafic que nous apportons. Ensuite, pour les producteurs qui n'ont pas encore de sites Internet, nous lançons la semaine prochaine un kit de création de site de commerce en ligne qui est très simple à utiliser. Nous avons optimisé le développement pour la fabrication des sites à un coût très compétitif : 39 euros, soit le même prix que le référencement ! Concrètement, un apiculteur ou un viticulteur pourra avoir en deux heures son propre site de commerce en ligne avec sa propre URL, donc son domaine propre ! Nous contribuons à évangéliser le marché et à démocratiser la présence des producteurs locaux sur Internet. Il est vraiment très important pour eux de pouvoir vendre en direct auprès des consommateurs. Notre moteur de recherche référence déjà 12 000 produits et c'est déjà très bien.

Les producteurs adoptent-ils une autre démarche avec cette nouvelle possibilité de distribution ?

Je vais vous donner un exemple. Un producteur de foie gras a des recettes dans sa famille depuis trois générations. Tous les dimanches matins, il va faire les marchés. Il connaît un bon producteur de vins dont les crus s'harmonisent bien avec ses produits. Nous avons reproduit cela sur Keldelice.com, en ajoutant même des adresses de restaurants. On trouve beaucoup d'informations sur la cuisine, comme les événements gourmands qui se passent dans toute la France.

Vous travaillez en partenariat avec le Bottin Gourmand pour les référencements des restaurants...

Effectivement, nous avons mis en ligne leurs 3 000 critiques de restaurants. Nous avons aussi 2 000 recettes de cuisine disponibles sur le site. Nous avons également un onglet "Communauté" qui permet à chaque utilisateur enregistré de publier ses bonnes recettes et ses bonnes adresses. La communauté vient progressivement enrichir le site. C'est une communauté à la Facebook, qui permet de retrouver des groupes d'amis et de passionnés. On s'attaque à quelque chose de considérable. On reçoit tous les jours des dizaines de commentaires d'internautes passionnés qui connaissent parfaitement le sujet et qui savent exactement ce qu'ils veulent... Nous avons vraiment une clientèle très pointue. Nous avons aussi des gens qui ont envie de découvrir la gastronomie et de s'initier. Le site monte en puissance puisque nous avons déjà enregistré 160 000 visites en février, ce qui n'est pas mal du tout ! Il y a un réel engouement sur le terroir en France et nous voulons être au cœur de cette vague. Il y a une réelle volonté des Français de s'intéresser à leur patrimoine gastronomique. Par exemple, ce week-end, c'est la Journée nationale du fromage et nous mettons en avant cet événement en médiatisant les régions de France qui participent à cette fête. On pourra même voir des fromagers locaux qui participent aux animations. Ce sont des centaines de milliers d'informations que nous devons mettre en ligne. Nous avons donc besoin de la communauté pour nous aider à médiatiser tout cela, car c'est notre patrimoine et je peux vous dire que c'est colossal ! ■

