Aquadia

Place de marchÃ© verticale, entiÃ¨rement dÃ©diÃ©e aux mÃ©tiers de l'eau et initiÃ©e par Thames Water et Ondeo, mai 2003.

Site
Aquadia

suspendu ?

Objet

place de marchÃ© verticale dÃ©diÃ©e aux mÃ©tiers de l'eau

Ã‰diteurs
Ondeo - Suez

Thames Water

CrÃ©ation

mai 2003

B2BD'ici cinq ans, 50 % des transactions seront Ã©lectroniques.Nouvelle venue dans l'univers internet de l'eau, Aquadia se prÃ©sente comme une place de marchÃ© verticale. InitiÃ©e par Ondeo (filiale de Suez) et le britannique Thames Water, Aquadia affirme son indÃ©pendance et sa vocation Ã s'adresser Ã tous les acteurs du secteur. "Notre crÃ©dibilitÃ© repose sur notre indÃ©pendance, aussi la sÃ©paration entre nos investisseurs et l'activitÃ© de place de marchÃ© a Ã©tÃ© dÃ¨s le dÃ©part dÃ©finie, souligne FrÃ©dÃ©ric Colomina, p-dg d'Aquadia. Nous souhaitons devenir la place de marchÃ© de rÃ©fÃ©rence dans les mÃ©tiers de l'eau, ce qui implique une ouverture Ã tous les acteurs du secteur". En chiffres, l'objectif est de 3 000 utilisateurs et 150 sociÃ©tÃ©s connectÃ©es d'ici Ã la fin de l'annÃ©e, ce qui reprÃ©senterait, comme le prÃ©cise notre interlocu "les fournisseurs les plus critiques - ou stratÃ©giques - du secteur : les 20 % qui font 80 % de notre business". L'outil s'adresse tout Ã la fois aux gestionnaires de rÃ©seaux publics et privÃ©s, aux prestataires de services, aux fournisseurs de matÃ©riels et d'Ã©quipements, aux collectivitÃ©s locales.

D'ici cinq ans 50 % des transactions effectuÃ©es en Europe passeront par des canaux Ã©lectroniques

"Aux Ã‰tats-Unis, 50 % des transactions en volume de l'industrie automobile passent d'ores et dÃ©jÃ par des canaux Ã©lectroniques, et nous estimons que ce sera le cas en Europe dans la majoritÃ© des secteurs d'ici Ã 2007", explique F.

Colomina en ajoutant : "L'objectif d'Aquadia est de devenir le marchÃ© de prÃ©dilection des acteurs de l'eau, tant pour les transactions commerciales que pour l'Ã©change d'informations". L'outil permet aux deux parties en prÃ©sence - acheteur et fournisseur - de gagner environ 10 % sur le coÃ»t d'une commande, estime notre interlocuteur.

Aquadia met plusieurs outils Ã disposition de ses utilisateurs : une plate-forme et des logiciels de gestion des achats (sÃ©lection des fournisseurs, communication des spÃ©cifications, organisation du mode d'achet, gestion globale de la commande, facturation) ; un service d'enchÃ¨res en ligne ; des outils de collaboration pour le partage et la gestion des informations nÃ©cessaires Ã la rÃ©alisation de gros projets ; un lieu de partage d'informations sur le domaine de l'eau.

Le statut de membre d'Aquadia est ouvert Ã tous les professionnels de l'industrie de l'eau et l'accÃ¨s aux informations techniques est actuellement gratuit. Les utilisateurs doivent quant Ã eux acheter les licences d'accÃ¨s annuelles aux services d'approvisionnement, d'achat et de collaboration. Concernant le service des enchÃ¨res, un package "full service" est proposÃ© Ã l'unitÃ©.

Un investissement limitÃ©

Disposant d'un budget initial bien en deÃ§Ã de ce qui Ã©tait la norme il y a deux ou trois ans, Aquadia a, au niveau technique, optÃ© pour des partenariats, une solution jugÃ©e moins coÃ»teuse et plus rapide Ã mettre en place. L'option s'est concrÃ©tisÃ©e par divers accords qui sont autant de services proposÃ©s. Ainsi, l'activitÃ© de e-procurement fait appel Ã la place de marchÃ© spÃ©cialisÃ©e dans les utilities, Eutilia ; la gestion du module des enchÃ¨res a Ã©tÃ© confiÃ©e Ã Procuri ; l solutions de collaboration en ligne Ã BuildOnline ; Frost & Sullivan est partenaire dans le domaine de l'analyse et des Ã©tudes sur le secteur de l'eau et, enfin, LexisNexis couvre l'actualitÃ© proposÃ©e sur le site.

En marge de ces diffÃ©rents partenariats, l'Ã©quipe d'Aquadia est composÃ©e de quatorze personnes, spÃ©cialistes Ã la fois des technologies internet et des mÃ©tiers de l'eau. Une Ã©quipe qui se concentre presque exclusivement sur la commercialisation de la place de marchÃ©. L'entreprise compte profiter de l'Ã©volution actuelle du secteur de l'eau. "C'est un marchÃ© qui n'a pas connu de rÃ©volution ces derniÃ¨res annÃ©es, et qui a un peu vÃ©cu dans une bulle tandis que d'autres secteurs Ã©taient en pleine mutation, explique FrÃ©dÃ©ric Colomina. Il a fallu attendre une certaine maturation de l'e-business pour pouvoir convaincre les entreprises du secteur de l'utilitÃ© de faire certaines tÃ¢ches en ligne".

Ã€ ce jour, Aquadia compte 35 membres, dont la plupart sont des fournisseurs. Un seul gros client acheteur est actif : il s'agit de Thames Water. Suez Environnement devrait commencer Ã utiliser la place de marchÃ© cette annÃ©e, et des nÃ©gociations ont Ã©tÃ© engagÃ©es avec les autres opÃ©rateurs du marchÃ©. Aujourd'hui prÃ©sente au Royaume-Uni, en F et aux Pays-Bas (son siÃ¨ge social est Ã Amsterdam), la place de marchÃ© se dÃ©veloppera ultÃ©rieurement sur l'Allemagne et l'Espagne.