

autoactu.com

Services - 10/10/2023

Nextlane (ex-Imaweb) veut devenir la plateforme logicielle de référence en Europe

Par Xavier Champagne Chef de rubrique

[Vous êtes abonné](#)

[Offrir cet article](#)



Le fournisseur de solutions logicielles Imaweb devient Nextlane, en référence à sa plateforme centrale d'intégration, et

prépare son développement en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni.

En quatre ans, le fournisseur espagnol de DMS Imaweb a multiplié par 10 son chiffre d'affaires passant de 10 millions d'euros en 2019 à 103 millions en 2022. Sous l'impulsion de son actionnaire, le fonds Providence Strategic Growth, **il s'est développé par acquisition**, intégrant notamment le français Datafirst-l'Car Systems. *"Aujourd'hui, nous sommes présents dans 11 pays, dont la France, l'Espagne, la Suisse et la Suède où nous sommes leaders du marché"*, souligne **Julian Cicalè**, le président fondateur de l'entreprise.

Imaweb a racheté des fournisseurs de DMS mais également des solutions digitales, dans la facturation électronique, dans la délivrance de certificats d'immatriculation, dans la photo et l'identification des défauts des véhicules (Stampyt)... Et dès 2020, il a créé une plateforme centrale afin de faire communiquer l'ensemble

des outils entre eux, avec les différents DMS et les systèmes des constructeurs.

Cette plateforme, appelée **Nextlane**, est au cœur de la stratégie de conquête de l'entreprise. *"Nous avons décidé de l'ouvrir et de la mettre à disposition de tous les développeurs de solutions pour leur simplifier la vie, grâce à la couche d'intégration logicielle que nous avons développée en amont"*, explique **Jean-Louis Baffier**, directeur vente, marketing et partenariats.

L'entreprise discute par exemple avec Roole, pour intégrer en amont son application à Nextlane afin qu'elle communique avec tous les DMS reliées à la plateforme.

"Notre objectif est d'en faire LA plateforme automobile, à la fois européenne et multisectorielle (voiture, camion, moto, agricole...) pour répondre aux attentes des grands groupes de distribution", explique-t-il.

Grâce à cette plateforme ouverte et basée sur le cloud, un "*partenariat stratégique*" a pu être signé avec Salesforce, leader mondial du CRM, pour "*permettre aux clients de Salesforce d'accéder facilement aux solutions numériques d'Imaweb, y compris les DMS, et vice versa*".

L'importance de Nextlane est telle qu'Imaweb a décidé d'en faire son nouveau nom à compter de ce mois d'octobre. "*C'est aussi l'occasion d'adopter une nouvelle identité visuelle, de rassembler nos équipes sous un même projet et de nous faire connaître pour l'ensemble de nos produits*", explique **Robert Raiola**, directeur marketing de Nextlane. *Auparavant, notre activité était composée à 80% de DMS, aujourd'hui, ce qui nous tirent ce sont nos solutions digitales (gestion des leads, CRM, enquête satisfaction...) pour les concessionnaires et les constructeurs*".

Nextlane fait état d'une croissance pro forma de son activité de l'ordre de 12% cette année. "*Nous gagnons des parts de marché grâce aux acquisitions des groupes avec qui nous travaillons*

et qui migrent les affaires reprises vers leurs DMS principaux", explique Jean-Louis Baffier.

Toutefois, pour conquérir certains marchés, il faut encore passer par des rachats. *"C'est le cas notamment au Royaume-Uni où nous ne sommes pas encore présents et où nous voulons accompagner des constructeurs avec qui nous avons signé récemment",* indique-t-il.

Avec une trentaine d'acteurs, le secteur du DMS est encore assez fragmenté en Europe.

L'Allemagne, *"qui compte encore 6 ou 7 fournisseurs de DMS uniquement locaux",* est aussi une cible privilégiée tout comme l'Italie.

Actualité précédente : "Score
← environnemental" : le gouvernement publie
une synthèse de la consultation

Actualité suivante : Jérôme Gouet nouveau
directeur des achats plateformes de la →
marque Renault