

## Communiqué de Presse

**Après 10 années de forte croissance,  
Canalce devient KALIDEA  
et affiche de nouvelles ambitions.**

- ▶ **KALIDEA une marque fédératrice** pour toutes les activités de l'entreprise.
- ▶ **3 activités renforcées** viennent enrichir le cœur de métier dédié aux comités d'entreprise :
  - 1 offre réservée aux PME/TPE
  - 1 agence spécialisée dans la stimulation et fidélisation des réseaux de ventes
  - 1 site de social shopping
- ▶ **Des objectifs ambitieux** pour 2011 /2012 :
  - + 30% de progression du CA et rentabilité confirmée en forte croissance
  - 30 recrutements
  - 7000 clients

---

Créé en 2000 et fondé par Sandra Le Grand, le groupe Canalce accompagne les Comités d'Entreprise en leur proposant des services complets : billetterie, chèques cadeaux, organisations d'événements et de voyages, produits culturels, loisirs, information juridique... Véritable interface entre les CE et les fournisseurs, le groupe a également développé ses propres outils logiciels lui permettant de traiter en temps réel les demandes des abonnés.

« J'ai créé Canalce en partant de zéro : 10 ans après, nous avons construit une équipe de 200 personnes avec un chiffre d'affaires de 55 M€ autour d'un modèle économique rentable, récurrent et des clients fidèles. Aujourd'hui, avec cette nouvelle décennie le groupe entame une nouvelle étape de son histoire, de nouveaux projets auxquels correspondent des objectifs ambitieux, qui seront incarnés par notre nouvelle marque KALIDEA. KALIDEA représente la diversité de nos métiers, de nos services, tout en fédérant nos équipes et traduit parfaitement la mutation de l'entreprise » commente Sandra Le Grand.

### CONTACTS PRESSE

Sophie Farro 01 72 74 70 82 @ sfarro@canalce.com

Groupe Kalidea

Frédérique Guillo 0 1 41 18 85 55 @ fredg@fgcom.fr

Agence Florence Gillié & Associés

## Une nouvelle dimension : l'animation de communautés de clientèle business

Le groupe a choisi de dupliquer son modèle autour de quatre canaux et devient **le spécialiste de l'animation de communautés de clientèles business** (salariés, réseaux de ventes, partenaires, franchisés...) ou de tribus d'internautes, dans l'univers du loisir, de la culture et du pouvoir d'achat.

### ► **Canalce devient Kalidea CE**

Le cœur de métier du groupe : le marché des CE reste un segment à fort potentiel, de l'ordre de 13 milliards d'euros pour lequel l'entreprise prévoit une croissance de 35% de son chiffre d'affaires en 2011/2012. Trois activités viennent compléter ce socle solide.

### ► **Kalidea PME (mesavantages.net), pour les PME de moins de 50 salariés n'ayant pas de CE**, un site pratique et facile d'utilisation, propose :

- Aux salariés : du pouvoir d'achat, avec une offre particulièrement dense de loisirs, culture, achats quotidiens à prix réduits permanents ainsi qu'un service d'information juridique « vie privée »
- Aux chefs d'entreprise : des économies d'impôts et des avantages salariés exonérés de charges sociales ainsi qu'une boutique PRO (chèques vacances, titres restaurants, fournitures bureau...)

► **Kalidea Pulse (FideCity**, agence acquise en mai dernier par le groupe), spécialisée dans la **stimulation des équipes, animations des réseaux de ventes** et le développement de leurs performances. Une solution complète depuis le conseil personnalisé, la mise en œuvre, jusqu'à la gestion des dotations grâce au logiciel labellisé CLICBONUS. Une trentaine de programmes et de clients de références tels que TOTAL, ALTADIS, IDEXX, HOYA, MIELE, FIAT, BANQUE POSTALE bénéficient déjà de ce savoir-faire.

► **Tribalista.com**, site de **social shopping** s'appuie d'une part sur la dimension communautaire de ses 350 000 membres acquis à ce jour. Ces « Tribalisteurs » sont acteurs de l'offre en proposant leurs bons plans et leurs événements mais aussi consommateurs en profitant des offres que le site propose.

D'autre part, des partenaires nationaux font confiance à Tribalista : iTunes, Disneyland Paris, Club Med Gym, Belambra...

## KALIDEA, une marque qui porte les valeurs et l'ambition de l'entreprise :

Cette marque s'inscrit dans la continuité des valeurs de l'entreprise : humaine, généreuse, et partenaire dans le long terme de ses clients.

KALIDEA évoque ce que ces nouvelles activités portent en elles :

- La créativité et la priorité aux idées
- L'excellence dans le service avec la qualité
- L'activité de cadeaux et d'offres produits de loisir, culture et pouvoir d'achat.

Cette identité visuelle, créée avec **l'agence Zaggass Design**, traduit notamment la notion d'énergie qui caractérise le développement de l'entreprise et l'idée de bien être, de confort, y compris dans le service, apporté aux différentes clientèles.

### CONTACTS PRESSE

Sophie Farro 01 72 74 70 82 @ sfarro@canalce.com

Frédérique Guillo 0 1 41 18 85 55 @ fredg@fgcom.fr

Groupe Kalidea

Agence Florence Gillié & Associés