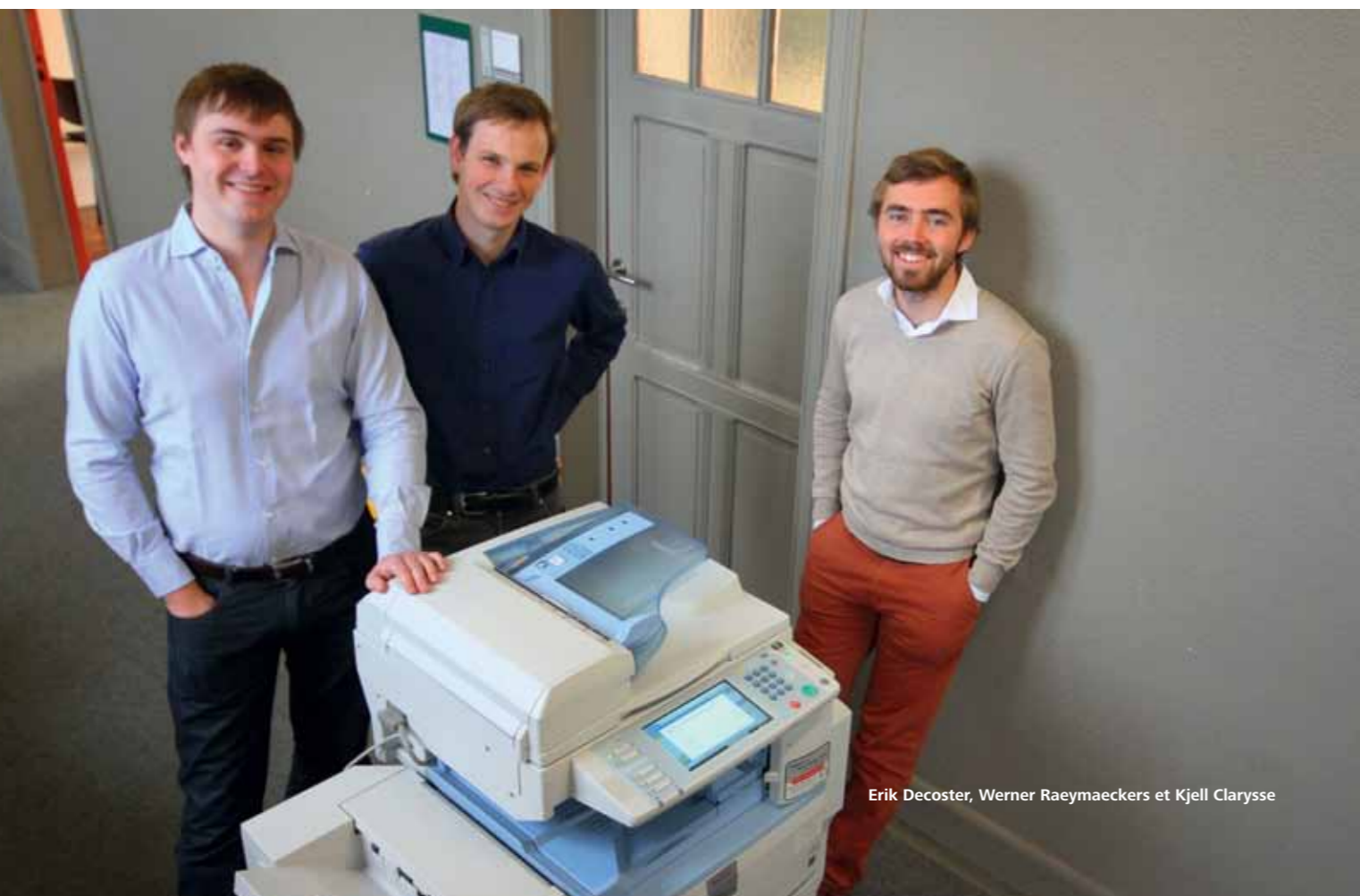


Une petite idée et beaucoup de cran

Une start-up flamande jette un pont entre étudiants et annonceurs

Les jeunes diplômés qui créent leur propre société se font de plus en plus rare. Trois jeunes diplômés ont toutefois osé relever le défi. Ils ont en effet uni leurs forces pour mettre sur pied leur propre société : Papyrus Media. Leur premier projet, ZeroCopy, a directement mis dans le mille. Grâce à ce dernier, les étudiants peuvent, après s'être enregistré, imprimer gratuitement une quantité donnée de documents à différents endroits. En compensation, une publicité, que des entreprises peuvent placer contre paiement, apparaît en bas de page. « Nous souhaitons positionner notre société comme un canal de produit unique s'adressant aux étudiants. » Nous laissons la parole aux dirigeants-fondateurs Werner Raeymaeckers, Kjell Clarysse et Erik Decoster.



Erik Decoster, Werner Raeymaeckers et Kjell Clarysse

Quelle est l'idée à la base du projet ZeroCopy ?

Kjell: « ZeroCopy peut être considéré sous deux angles. D'après le point de vue de l'étudiant à qui nous offrons des services d'impression gratuits, d'une part, et d'après le point de vue des entreprises que nous mettons en contact avec les étudiants de manière efficace, d'autre part. »

Werner: « Les entreprises ont beaucoup de mal à toucher les bonnes personnes. Les canaux de marketing actuels qui s'adressent aux jeunes sont assez généraux, alors que notre projet ZeroCopy offre un média segmenté s'adressant à des groupes d'étudiants spécifiques comme les ingénieurs ou les économistes. »

Peut-on parler d'une percée facile ?

Erik: « Il n'a pas été évident de trouver les premiers clients. Pour ce faire, vous devez fournir beaucoup d'efforts pour fixer un rendez-vous avec des personnes qui ont un pouvoir de décision, car il règne un climat d'attentisme et de méfiance. Notre projet a pourtant été accueilli positivement par une série de sociétés, ce qui a lancé notre entreprise. Nous pouvons désormais présenter des résultats concrets, ce qui inspire une certaine confiance. »

Malgré la crise économique et votre expérience limitée, la réussite semble être au rendez-vous ?

Werner: « Nous misons tout sur l'innovation. En temps de crise, on peut constater au sein des entreprises une tendance à la rationalisation. Nous offrons du concret aux entreprises, car nous pouvons effectivement leur montrer où va leur argent. Par ailleurs, nous avons également la garantie que leur message atteindra directement le public final. »

Kjell: « On insiste trop sur l'idée reçue selon laquelle il convient tout d'abord de se faire de l'expérience pour pouvoir ensuite lancer sa propre entreprise. Nous avons une idée, alors pourquoi ne pas la mettre en œuvre ? »

Erik: « Et tout cela sans encadrement concret ! Grâce à notre formation, nous disposons d'une caisse de résonance pour tester nos idées, mais nous avons tout fait nous-mêmes. »

En tant que jeune entreprise, vous avez peut-être dû faire face à une série d'obstacles ?

Kjell: « Une fois que votre société est fondée, vous vous trouvez confronté à certaines choses sur lesquelles vous n'avez aucune expérience. Je n'ai par exemple pas beaucoup de connaissances dans le domaine informatique, alors qu'il occupe une place centrale dans notre entreprise. Je considère cela toutefois comme un handicap. »

Erik: « Vous ne faites parfois pas attention à certaines choses. J'avais par exemple commandé deux tonnes de papier et au moment de la livraison, ils ont constaté

que je ne disposais pas d'un quai de chargement. Le choc entre une grande entreprise et une petite start-up était alors très marquant. »

Le climat fiscal belge est-il un facteur stimulant ou plutôt un obstacle ?

Erik: « Un gros obstacle, j'ai vraiment été choqué. »

Il est incroyable de voir combien d'étapes administratives il faut franchir avant de pouvoir fonder sa propre société. Cela nous empêche parfois de nous consacrer seulement à l'entreprise. »

Kjell: « Le régime fiscal en Belgique est en effet très étouffant. Ce n'est que quand vous vous lancez que vous réalisez ce qui vous attend. Une fois que vous mettez le pied dans le monde de l'entreprise, vos fonds sont soudainement grignotés de toutes parts. Mais nous ne nous sommes pas laissés apeurer, nous avons pris notre courage à deux mains. »

Erik: « Idéalement, nous devrions engager une personne mais c'est tout bonnement impossible sur le plan financier. Nous devrions pouvoir créer des emplois, mais les coûts et les obligations qui vont de pair complexifient fortement la planification d'une croissance rapide. »

Que vous réserve l'avenir ?

Erik: « Nous souhaitons relever tous les défis. »

Nous travaillons au nom de notre société à une série d'autres projets et souhaitons évoluer et devenir un prestataire de services globaux afin de pouvoir encore renforcer le lien entre les annonceurs et les étudiants. »

Werner: « Notre objectif est de devenir un canal de produit unique qui s'adresse aux étudiants. Nous sommes axés sur la croissance et visons un marché aussi étendu que possible, l'impression jouant le rôle de tremplin dans ce cadre. »

Kjell: « Nous avons certes la tête sur les épaules mais nous pensons qu'il y en a encore beaucoup à exploiter. »

« Nous offrons du concret aux entreprises, car nous pouvons effectivement leur montrer où va leur argent. Par ailleurs, nous avons également la garantie que leur message atteindra directement le public final. »