

MONT-SAINT-GUIBERT

Job'In Design accompagne les entrepreneurs

Depuis une dizaine d'années, Job'In Design accompagne les designers dans la création de leur entreprise. L'antenne en BW est née en 2017.

● Julie MOUVET

Job'In Design, c'est une agence liégeoise d'accompagnement d'entrepreneurs. Fin 2016, Françoise Gerin, conseillère en création d'entreprise design et responsable de l'antenne Brabant wallon, est engagée pour lancer cette dernière. « On a de bons résultats sur le Brabant wallon, dit-elle. C'est souvent une chouette qualité de projet. Nous sommes dans la périphérie bruxelloise, donc les gens ont un bon réseau, ils ont fait des études dans des écoles assez pointues. »

Job'In Design fait partie d'une agence plus grande, Job'In, installée dans le secteur depuis 20 ans. « Job'In accompagne toutes sortes d'entrepreneurs dans toute la Wallonie dans le lancement de leur entreprise. Cela fait 11 ans que le département design a été lancé parce qu'il y avait de plus en plus de projets artistiques. La méthodologie n'était pas adaptée, il fallait des outils plus spécifiques. C'est ainsi que Job'In Design est né. » Job'In Design propose aux designers un coaching en « slow business » : « Cela veut dire qu'on ne va pas leur demander tous les deux jours ce qu'ils ont fait. C'est un coaching toutes les trois semaines ou tous les mois. »

Le service est entièrement gratuit et tout designer peut y faire appel dès le début de son projet. « On prend ce projet, on s'arrange pour qu'il ait une chouette image de marque, un positionnement précis, on fait des études de marché. On travaille bien le socle pour que la base soit saine et solide. Ensuite, on accompagne le designer pour tout le reste. » Stratégies de production, export, partenaires, subsides, communication : Job'In Design peut fournir une aide dans tous les domaines. L'élément le plus



Le trio de coaches de l'antenne du Brabant wallon de Job'In Design : de gauche à droite, Nathalie Deprez, Adèle Kurz et Françoise Gerin.

compliqué dans la création d'une entreprise ? La rentabilité. « Les chiffres sont horribles. Un styliste, par exemple, commence en général à se payer

10 ans après avoir lancé sa marque. On essaie donc de travailler sur des business models qui permettent d'arriver à une rentabilité ou, au moins, que la per-

sonne puisse tenir. C'est une question d'endurance. » Attention, les coaches de Job'In Design apportent leur aide, mais ne font rien à la place

Deux profils d'entrepreneurs

Via Job'In Design, Françoise Gerin rencontre deux profils distincts d'entrepreneurs. « Il y a ceux qui arrivent formés, qui ont un réseau, ont déjà travaillé dans le secteur et savent exactement ce qu'ils veulent. Ce sont des projets que l'on appelle "post". On les coache dans le quotidien et dans l'opérationnel. » Ensuite, il y a ceux qui ont un rêve et veu-

lent le réaliser. « Ils n'ont jamais travaillé dans le secteur, n'ont pas de réseau. » Ceux-là sont davantage susceptibles d'arrêter l'aventure de l'entrepreneuriat rapidement. « Pour beaucoup, cela semble impossible de se mettre à jour au niveau de la communication digitale, du démarchage, du contact avec la presse. Cela dépend vraiment de la façon dont ils vont réagir aux premiers exerci-

ces qu'on leur propose. » Dans tous les cas, Job'In Design fait en sorte que l'entrepreneur propose au plus vite son projet sur le marché. « Pour bénéficier des premiers retours dans le secteur, pouvoir le faire évoluer, sentir le marché. Même pour les gens débutants, la confrontation a lieu dans les premiers mois. »

Si de nombreux projets s'arrêtent chaque année, il ne

des entrepreneurs.

L'antenne du Brabant wallon compte trois coaches : Françoise Gerin, Nathalie Deprez et Adèle Kurz. Chacune peut apporter aux designers son expérience personnelle. « Je suis styliste et j'avais ma propre marque de maroquinerie, poursuit Françoise Gerin. Tout ce qui est fabrication d'accessoires, de vêtements, c'est assez facile pour moi. Ma collègue Adèle a fait pas mal de stages dans l'ecodesign donc elle est la référence en la matière. Quant à Nathalie, elle est juriste de formation et elle a aussi sa propre marque de couffins en ecodesign. »

Entre 100 et 120 designers accompagnés chaque année

Chaque année, Job'In Design accompagne entre 100 et 120 designers de façon entièrement gratuite, grâce à des subsides du Feder, le Fonds européen de développement régional. En plus du coaching, des sessions collectives sont organisées, ainsi que des workshops, des journées de consultation, ainsi que des événements autour de thématiques particulières. ■

s'agit pas toujours d'un échec. « Pour moi, l'entrepreneuriat est une philosophie. Les projets démarrent, s'arrêtent. On en commence un, on passe au suivant si ça foire. Mais l'échec d'entreprise ne doit pas être perçu de façon triste et négative. Cette pression sociale sur les gens qui arrêtent, c'est dommage car on doit plutôt valoriser tout ce qu'ils ont déjà fait comme efforts. » ■ J.M.

« Le secteur du design est en pleine révolution »

Pour Françoise Gerin, le marché a fortement évolué au fil des années. « Aujourd'hui, on fait beaucoup plus de choses de façon individuelle. Avant, le cycle pour un styliste était de créer des collections un an à l'avance, de les présenter dans des salons professionnels, de prendre des commandes auprès de boutiques multimarques et de ne jamais être en lien direct avec son

client final. Le seul moyen de communication qui avait un impact, c'était la presse, les magazines de mode, la télé. Aujourd'hui, plus rien de tout ça n'est vrai. Quand on lance un produit, on lance des collections beaucoup plus petites. Au niveau du public, les demandes sont beaucoup plus claires en termes d'ecodesign, d'artisanat. Avec des produits plus chers à fabriquer, avec des matières in-

novantes, ce n'est plus possible d'avoir un intermédiaire. Des tas de designers se lancent avec un e-shop, un pop-up (magasin éphémère) et sont en lien direct avec leur public, également via les réseaux sociaux. La façon de concevoir le business est complètement révolutionnée. »

Aujourd'hui, au lieu d'avoir un profil plutôt commercial, l'entrepreneur doit avoir un profil très développé au ni-

veau du marketing digital. Côté produit, l'écologie est vraiment au centre des préoccupations des designers. « Cela fait maintenant partie de notre questionnaire de base : quels sont les aspects ecodesign de votre projet ? Les acheteurs sont plus intéressés, les designers sont en demande, de plus en plus de matières sont disponibles. Oui, le secteur est en pleine révolution... » ■ J.M.