ActuEntreprises

Cup and co livre la pause-café des entreprises sur un plateau

E-commerce. La jeune pousse vaudaise Cup and co a lancé cet été son site Internet permettant aux petites structures d'accéder à une offre clé en main pour les pauses-café

M. Lucas, A. Gagnevin et T. Choux composent l'effectif de cette jeune société qui espère atteindre son seuil de rentabilité début 2011

/ FR.

Proposer d'approvisionner, voire même d'équiper en machines et mobilier, pour leur pause-café les très petites (TPE) ainsi que les petites et moyennes entreprises (PME), 24 heures après qu'elles ont passé commande sur Internet : telle est l'ambition de la société Cup and Co.

Ce concept d'offre clé en main, plutôt simple et pourtant inédit sous cette forme, a germé, il y a deux ans, dans la tête de Thierry Choux, créateur et PDG de Saveur Express'O, société qui, depuis 13 ans, fournit des machines à café aux entreprises de la région.

« Généralement, les appareils sont en dépôt gratuit et nous nous rémunérons seulement sur les consommables. Mais, pour une entreprise de moins de 20 salariés, cette formule est difficile à rentabiliser et elles préfèrent acheter leurs propres machines », explique-t-il. D'où l'idée de capter cette clientèle en mettant en place un site Internet permettant aux TPE et PME d'accéder à une offre la plus variée possible - plus de 200 références en boisson sont disponibles - et adaptée à leurs besoins. Thierry Choux cherche alors un « e-entrepreneur » : il embauche Audran Gagnevin, étudiant en master spécialisé entrepreneuriat à l'EM Lyon et passionné d'Internet.

L'étude de marché aurait pu porter un coup à leur enthousiasme : « On s'est rendu compte que le marché était saturé. Il fallait innover et pour cela, il suffit parfois de pas grand-chose. Notre force est d'apporter des services en plus : le conseil, le rapport qualité prix et les livraisons en 24 heures », raconte le PDG. « L'autre point fort est le configurateur qui apparaît sur la page d'accueil et grâce auquel l'internaute établit en quelques clics sa commande en fonction du nombre de personnes, du rythme de consommation et du type de produits désirés (« premiers prix », café issu du commerce équitable, haut de gamme, etc. ndlr) », ajoute Audran Gagnevin.

Le site est en ligne depuis un mois et demi mais la création de Cup and co n'a pas été une promenade de santé. « Le cahier des charges pour monter un site d'e-commerce est extrêmement complexe », fait savoir Thierry Choux. Et de confier que les conseils du consultant sollicité notamment pour le choix de l'agence web n'ont pas été très pertinents au regard du projet envisagé, ce qui a sensiblement entravé le processus.

Aujourd'hui, la jeune pousse est en phase de conquête sur la France entière. Une trentaine d'entreprises ont passé commande. L'été n'étant pas la période la plus propice pour le démarchage commercial, Cup and co compte bien voir son carnet de commandes gonfler dès cette rentrée. « Notre objectif serait d'atteindre le seuil de rentabilité, estimé entre 12 000 et 15 000 euros de chiffre d'affaires mensuel début 2011 », avance Thierry Choux. Et si le succès est au rendez-vous, Cup and Co pourrait s'attaquer au marché des pauses-café belges et suisses.

Fabien Randanne

La carte D'IDENTITÉ

> Nom : Cup and Co (l'entreprise a été créée sous le nom de Coffee webstore mais le changement de nom en Cup and co sera officiel sous peu)
> Date de création : Février 2009
> Siège : 16 rue Jean-Louis-Calderon, à Vaulx-en-Velin
> Dirigeant : Thierry Choux
> Effectif : 3 personnes. Thierry Choux ; Audran Gagnevin, attachée de direction, et Morgane Lucas, assistante web
> Capital de départ : 5 000 euros. Une augmentation de capital à 40 000 euros sera effectuée avant la fin de l'année
> Clientèle ciblée : Principalement les TPE, PME, les collectivités, les associations
> Produits proposés : Café (moulu, capsules, etc.), thé, chocolat, biscuits, chocolat, accessoires (boîtes à sucres...) et mobilier en carton alvéolé
> Recrutements : Des embauches de commerciaux ou de webmaster pourraient être effectuées
> Site internet : www.cupandco.com

MON ENTREPRISE A 1 AN

« Se faire connaître prend parfois du temps »

Jean-Louis Desfray, créateur de l'agence JLD Investigation

/ C.N.

« Il est important de ne pas être déconnecté de la concurrence, d'être à l'écoute, disponible »

>> Son créneau
JLD Investigation est une agence de recherche privée. Créée par Jean-Louis Desfray, commandant de police à la Brigade de recherche et d'intervention (BRI) de Lyon durant trente ans, elle effectue des missions de recherche de preuves pour les particuliers, les assurances, les entreprises et la justice. Parmi les affaires courantes ? Les gardes d'enfants, les fraudes à l'assurance ou les vols en entreprises.

>> Son montage
Pour monter son dossier, Jean-Louis Desfray a fait appel à la Chambre de commerce de Lyon. Il s'est aussi fait épauler par un cabinet privé pour l'élaboration de son business plan. « J'ai rencontré des professionnels lyonnais déjà en exercice afin qu'ils m'apportent un éclairage concret sur le métier », explique le retraité de 57 ans. 20 000 euros ont été nécessaires pour démarrer l'activité.

>> Les difficultés rencontrées
« Il est important de ne pas être déconnecté de la concurrence, d'être à l'écoute, disponible et en constante recherche d'informations », assure-t-il. Pour réussir le démarrage de son activité, l'enquêteur a travaillé son réseau. « Se faire connaître prend parfois du temps. Mieux vaut ne pas rester isolé durant cette période. »

>> Son conseil
« Il faut être patient et avancer étape par étape », préconise-t-il. Pour lui, l'entrepreneuriat comprend une part de risque qui doit être acceptée. « Cela faisait longtemps que je mûrissais ce projet. Je le prends avant tout comme un challenge. »

C.N.

FICHE EXPRESS

>> Nom de la société : JLD Investigation
>> Siège social : Immeuble Plaza, 93 rue de la Villette, Lyon 3e
>> Activité : Agence de recherche privée mandataire en recherche de preuves et de renseignements.
>> Date de création : Novembre 2009
>> Statut de la société : EURL
>> Investissement de départ : 20 000 euros dont la moitié sous forme de prêt bancaire.
>> Objectifs CA 2010 : Autour de 50 000 euros.
>> Clients : Particuliers, entreprises, assurances, justice