

## Redonner vie aux photos

Liliane Fanello

Mis en ligne le 04/06/2011

En dix ans d'existence, AZZA Mémor'Art a connu une croissance à deux chiffres constante. En transformant un loisir, le scrapbooking, en un concept économique d'envergure.

Scrapbooking, cela vous dit-il quelque chose ? Ne vous fiez pas aux apparences. Parler de "bricolage pour femmes" serait extrêmement réducteur, surtout lorsque l'on découvre le potentiel commercial que représente ce loisir. Dominique Meurice l'a bien compris. Et en dix ans, la fondatrice de la société AZZA Mémor'Art a transformé ce passe-temps en un concept économique ambitieux. *"Aujourd'hui, l'idée d'industrie culturelle et créative est très répandue, mais lorsque j'ai créé la société, nous étions des pionniers en Europe francophone."* Depuis quelque temps, l'industrie culturelle et créative est d'ailleurs au cœur de nombreuses réflexions de la part de l'Unesco et de la Commission européenne, entre autres. Ces activités sont, peut-on lire dans un rapport sur le portail de l'Unesco, *"plus prometteuses en termes de croissance et de création d'emplois que les autres secteurs. Et elles sont, en outre, des véhicules d'identité culturelle, et peuvent stimuler la diversité culturelle"*.

AZZA Mémor'Art conçoit et distribue une gamme très large de produits destinés au scrapbooking, cette activité qui consiste à mettre en page des photos de façon créative. Pour stimuler ses ventes, la société a mis en place un mode de vente très porteur : 610 animatrices organisent 3 200 ateliers par mois. C'est clairement un des ingrédients majeurs du concept : le réseau. *"Grâce à la vente directe sous forme d'ateliers créatifs, nous avons mis les créateurs en réseau",* explique Dominique Meurice. *"Les ateliers incitent les clients à être acteurs et amènent beaucoup de convivialité et de partage. Il y a un effet de groupe, et les gens sont demandeurs."*

Ce premier pilier apporte une valeur ajoutée importante. Non seulement en termes de ventes et de fidélisation, mais aussi d'innovation. *"Nous avons une équipe créative de quatre personnes. Mais nous sommes aussi beaucoup en contact avec la créativité du réseau, notamment via des outils communautaires. En fait, nous avons plus d'idées que de jours pour les réaliser."*

Si la société a démarré avec une seule gamme de produits, elle est devenue une entreprise exportatrice : Luxembourg, France, Hollande, Suisse, Australie, Portugal et Québec. *"Toutes les commandes partent de notre entrepôt à Fernelmont."* La société a ainsi créé une vingtaine d'emplois dans sa région, en plus du réseau de vente directe, et réalisé un chiffre d'affaires, en 2010, de 5 millions d'euros. "Pour 2011, notre ambition est une augmentation de 17 %", confie la directrice. Elle prévoit également de diversifier ses produits, notamment en vue d'attirer d'autres cibles, comme les jeunes et les messieurs. *"Actuellement, la grosse majorité de nos clients sont des femmes."* Tout comme le sont les animatrices, d'ailleurs. *"Derrière cette envie d'entreprendre, j'avais aussi comme projet de pouvoir proposer une activité aux femmes rentrantes, ces femmes de 35 à 45 ans qui ont envie de reprendre une activité professionnelle après être restées inactives pendant des années."*

Reste à savoir si le scrapbooking ne va pas, comme le tricot ou la vague des perles, passer de mode ? Dominique Meurice n'y croit pas. *"L'autre pilier de notre société, c'est la matière première, à savoir les photos des gens. Je ne sais pas si vous imaginez le paquet d'émotions que celles-ci véhiculent ! Les photos sont intemporelles. Elles touchent toutes les tranches de la population, dans tous les pays. Et elles sont partout, même dans les GSM. Mais les gens n'en font rien. Nous ne ressentons donc pas cette activité comme un effet de mode, mais une véritable lame de fond."*