

/ZOOM/SUCCESS STORY



La tendance est aux cours à la carte. Cuisine, bricolage, sport et désormais... photographie. **Je veux être photographe!** a lancé une idée aussi simple que maligne : apprendre aux heureux (mais perplexes) possesseurs de reflex à se servir de leur bolide. Lancée avec de tout petits moyens, cette entreprise est en passe de devenir l'un des plus jolis succès du moment sur le Net. Proposés aujourd'hui dans dix villes françaises, ces cours devraient s'exporter dès l'année prochaine à l'étranger.





En ces temps de morosité économique, les belles histoires sont agréables à entendre. D'autant plus quand elles caressent notre chauvinisme dans le sens du poil. En effet, depuis 2008, le site français jeveuxetrephotographe.com a déniché et exploité un créneau malin comme tout : apprendre aux possesseurs de reflex, de plus en plus nombreux, à s'affranchir du mode automatique pour exploiter le réel potentiel de leur appareil. Ceci via des cours à la carte. La technologie avançant à pas de géant, l'appareil moyen de gamme n'en finit pas de se perfectionner. « Une aubaine ! », s'exclame votre cœur de technophile. Oui, mais la culture photo n'a pas connu le même essor. Du coup, nous sommes nombreux à rouler à 50 km/h au volant de Ferrari rutilantes.

Le créneau manquant

C'est cette frustration du photographe amateur qui donne à Caroline Maurel l'idée de ce concept. La jeune femme travaille alors pour un gros constructeur automobile comme auditeur interne. « Pour cela, j'étais envoyée, un à deux mois, dans des filiales à l'étranger », se souvient-elle. « Ces voyages ont accentué mon goût pour la photographie ». Au point de

vouloir changer de vie et de se reconverter en photoreporter. Dont acte. En 2006, Caroline fait le premier pas, elle achète un reflex et suit un stage de photographie aux Rencontres d'Arles. Le virus est inoculé et ne la quittera plus. De rencontres en festivals, l'envie de travailler dans la photo devient de plus en plus nette. Mais le cadre s'impose un peu par hasard. « J'avais acheté un Canon 400D que je voulais apprendre à manier », raconte Caroline Maurel. Elle se met alors en quête de cours à Paris qui, au final, s'avèrent trop pointus, voire professionnalisants, ou trop contraignants en terme d'horaires et de régularité. « J'ai trouvé dommage qu'il n'y ait pas de solution adaptée aux amateurs comme moi ayant des emplois du temps chargés. » Deuxième constat : l'essor du « marketing émotionnel ». Cette tendance qui mêle les loisirs et la formation professionnelle : apprendre à cuisiner avec un chef, à faire ses joints avec un plombier, etc. « Je n'ai rien inventé, les cours de photo existent depuis longtemps. Ce qu'il fallait imaginer c'était juste une nouvelle façon de concevoir le produit. Un peu comme Meetic avec les rencontres », souligne modestement Caroline. Car, en apparence, la jeune chef d'entreprise de

/// Ce concept repose sur l'essor du « marketing émotionnel »

33 ans paraît s'excuser de son succès, voire en douter. Une fragilité étonnante, qui tranche avec son attitude de franc-tireur en affaires. Croyant dur comme fer à son idée, Caroline fait le grand saut sans filet ou presque. En mai 2008, elle quitte son employeur dans le cadre d'un plan de départ volontaire. « Cela m'a permis de bénéficier des ASSEDIC pendant 15 mois. En tant que créateur d'entreprise, cela me donnait un laps de temps pour faire mes preuves », se souvient la jeune femme, qui lance son affaire avec 7000 € d'économie. « C'est beaucoup ? », lance-t-elle, hésitante, en lâchant le chiffre. « J'avais une grande part de naïveté et heureusement ! J'étais habitée par le projet au point de ne pas réaliser que c'était une somme modeste pour lancer une entreprise. » En juin, Je veux être photographe ! voit officiellement le jour.

Succès et système D

Point de grande campagne d'affichage, mais un système D publicitaire efficace : distribution de flyers, mailing list, site rudimentaire via Web



www.jeveuxetrephotographe.com / 85 € le cours de 4h.
Offre Stuff : une remise de 10 % sera accordée aux 100 premiers inscrits.
Pour cela, tapez le code JVEPSTUFF lors de l'achat en ligne.



mentaux à maîtriser. Les deux heures qui suivent sont dévolues à la pratique. Le groupe sillonne la ville équipé d'appareils pour se plier à des exercices techniques et appliquer ce qui a été appris. Dernier volet du cours : un débriefing d'une heure durant lequel le photographe détaille et analyse les clichés des élèves. L'occasion de conseils personnalisés, voire de petites corrections.

Plus de femmes

En plus de ces cours basiques, le site propose des versions plus originales telles des initiations à la photographie culinaire, au portrait, à la photographie de ville ou encore à la retouche photo. Et le menu devrait s'élargir dans les mois à venir. Pour en profiter et s'inscrire, il suffit d'aller sur le site ou d'acheter un pack « Labo Fnac Formation ». « C'est la première fois que la Fnac s'associe à une start-up pour un coffret en co-branding », annonce fièrement la fondatrice de Je veux être photographe ! Pour ce qui est des élèves, ce sont en majorité des femmes, « peut-être parce que les hommes ont du mal à admettre leurs lacunes », sourit-elle. 80% d'entre eux étant équipés de reflex, 15% de compacts et le reste de bridges et d'hybrides. Pour aller au bout du concept, l'entreprise a même ouvert une galerie dans le 6^e arrondissement de Paris pour exposer les photographies des élèves et celles des photographes-enseignants. « C'est un vrai clin d'œil à la marque », glisse Caroline.

Mais certainement pas une fin en soi. L'entreprise aimerait développer l'autre pan de son activité : le marché des entreprises, avec les CE et les opérations de team building. « Je recherche un commercial désespérément ! », lance-t-elle en riant. Pour l'année à venir la jeune fondatrice vise le million d'euros de chiffre d'affaire et pense exporter le concept à l'étranger. Histoire de coller un peu plus au cliché de la vraie success story.

et promotion sur Facebook attirent les premiers clients. En parallèle, Caroline recrute des photographes pour dispenser et animer les cours. « Je recherchais des gens à la fois pédagogues et pro, afin qu'ils puissent faire partager leur expérience ». En 2009, au bout d'un an, l'affaire devient rentable et commence à recruter. L'entreprise poursuit tranquillement sa belle envolée. Aujourd'hui, 600 personnes suivent les cours dispensés chaque mois par la trentaine de photographes de l'équipe dans une des dix villes où les cours existent. « En moyenne, les gens reviennent trois fois afin de maîtriser les trois paramètres principaux en photo : l'ouverture du diaphragme, la vitesse d'obturation et la lumière », détaille Caroline Maurel. Concrètement, les cours se déroulent sur quatre heures avec un maximum de 10 participants. La première heure consiste en un enseignement théorique sur les fonda-



LES CHIFFRES

139 MILLIONS D'APPAREILS PHOTO ONT ÉTÉ VENDUS DANS LE MONDE EN 2010. (SOURCE : GFK)

569 000 REFLEX VENDUS EN FRANCE EN 2010. (SOURCE : SIPEC)

1900 PHOTOS PRISES EN MOYENNE PAR CHAQUE FRANÇAIS DÉTENTEUR DE REFLEX. (SOURCE : API/IPSOS)

592 €, LE PRIX MOYEN D'UN REFLEX VENDU EN FRANCE EN 2010. IL ÉTAIT DE 645 € EN 2009.

+15% DE CROISSANCE DU MARCHÉ DES OBJECTIFS INTERCHANGEABLES EN FRANCE EN 2010. (SOURCE : SIPEC)