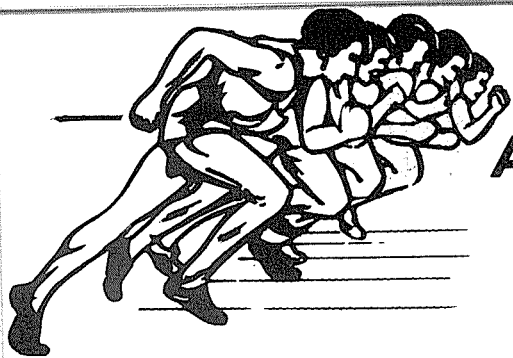
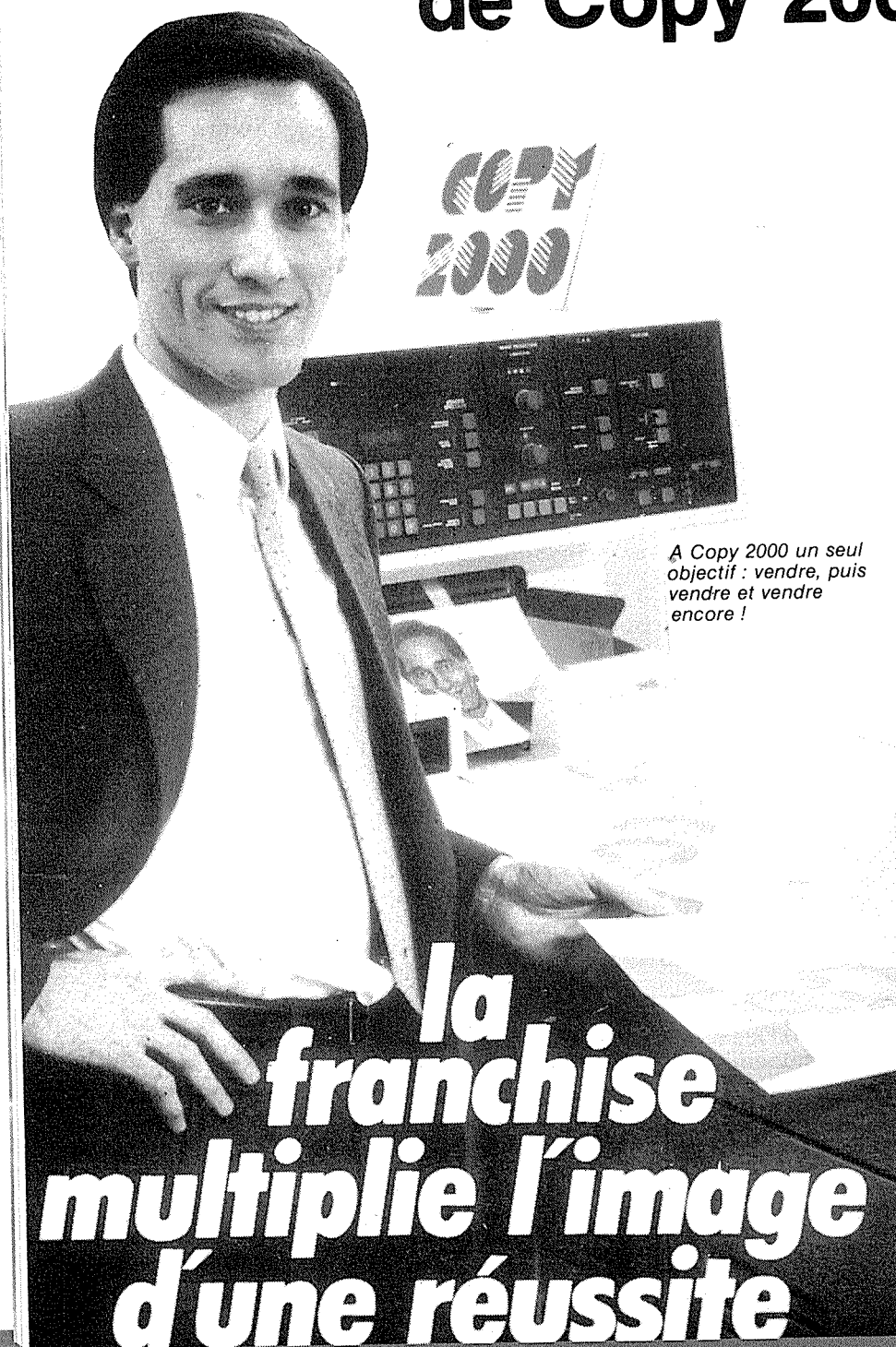
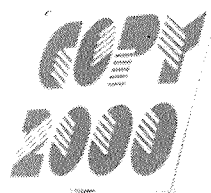




A LA UNE

Gilles Macherey, le P-dg "marathon-man" de Copy 2000



A Copy 2000 un seul
objectif : vendre, puis
vendre et vendre
encore !

Disciple des managers californiens, il réalise son "rêve américain" en fondant avec trois amis, la société Copy 2000, devenue la première chaîne française de reprographie rapide.

Retour aux sources, ou échappée vers le futur ? Gilles Macherey -avec son équipe- veut reproduire et diversifier le succès de Copy 2000 : franchiser la distribution de micro-informatique, à partir des hauteurs de Beverley Hills... Sa course à la réussite commence à peine... et il est aussi partant pour le championnat de France de marathon...

la franchise multiplie l'image d'une réussite

Il court, il court, Gilles Macherey... Pourtant, la réussite, il l'a déjà rattrapée : à 29 ans, il est l'heureux P-dg fondateur de la société Copy 2000, la première chaîne française d'imprimeries rapides franchisées. Près de cent personnes travaillent dans les trente centres Copy 2000 qui réaliseront



en 1984 un chiffre d'affaires de 40 millions de francs : l'exemple même d'une réussite, celle de Gilles Macherey et celle de toute une équipe. Et quel sprint ! La "success story" de Gilles Macherey a commencé il y a seulement cinq ans, en Californie...

Une tête bien faite, made in USA

Hollywood, trois camarades d'université, la musique blues en tête et le prestigieux MBA de l'Ucla en poche, c'est ainsi qu'est né le projet "Copy 2000".

«Avant même d'avoir une idée précise, raconte Gilles Macherey, Richard Azera, Dominique Lejade et moi, avons décidé de nous associer et de créer une entreprise. Nous avons ensuite choisi le créneau de l'imprimerie rapide, tel qu'il avait été conçu aux Etats-Unis avec beaucoup de succès». Mais c'est lorsqu'il explique le développement et la "stratégie gagnante" de Copy 2000, que Gilles Macherey s'anime tout à fait. Sur l'analyse du marché de l'imprimerie rapide en France, les innovations technologiques, les vertus de la franchise ou le savoir-faire marketing et commercial de l'équipe Copy 2000, il est alors intarissable. C'est son domaine et cela le passionne. «C'est vrai, Copy 2000, c'est Gilles qui en parle le

mieux», confirme Pierre Parmentier, venu quelques instants prendre le café avec nous. Pierre Parmentier, c'est le quatrième homme de l'équipe Copy 2000 : je l'avais rencontré un moment auparavant... dans l'ascenseur qui mène aux bureaux de la société... tandis que Gilles Macherey, lui, nous avait devancé en grimpant les escaliers quatre à quatre. Pas de doute, ce jeune homme-là a du souffle ! Il est vrai qu'à l'écouter faire son exposé, clair, précis, chiffres et documents à l'appui, on en oublierait presque la jeunesse de son regard et la finesse de ses traits. Et pourtant, ne vous y trompez pas, sous la svelte silhouette du jeune homme de bonne famille et premier de classe, se révèle très vite la carrure d'un manager redoutable.

«Rien de peut nous arrêter»

Dans une société qui connaît une véritable explosion de l'information, le marché de la reprographie rapide est promis à une belle expansion, puisque le support papier règne encore sur le monde de l'information et de la communication. A partir de cette analyse, la stratégie de Gilles Macherey est claire et imparable : il ne faut pas laisser de chances à la concurrence ; il faut verrouiller le marché

et s'imposer par des concepts nouveaux. Chez Copy 2000, spécialisée dans la reprographie de documents pour l'entreprise (rapports, en-têtes, mailings, fiches, etc.), c'est la notion de service au client qui est essentielle : rapidité de l'exécution des travaux, qualité de l'accueil dans les boutiques, et toujours dans le but d'une communication efficace de l'entreprise. «Nous ne vendons pas du simple imprimé», commente Gilles Macherey, «mais un conseil, une réponse aux besoins de communication écrite de l'entreprise».

Ainsi défini, le champ d'action de Copy 2000 s'étend considérablement. Mais la société Copy 2000 a-t-elle les moyens de son ambition ? Visiblement, Gilles Macherey ne se sent pas menacé par les mutations technologiques qui surviennent dans le domaine de la communication.

Cette question lui permet au contraire de révéler ses projets pour Copy 2000. «Copy 2000 pense à l'avenir, nous sommes en plein dans l'avenir : nous sommes en train de préparer notre évolution vers des activités complémentaires et des technologies nouvelles». Voilà encore un sujet de prédilection pour cet ingénieur électronicien, diplômé Supélec. Télécopie, traitement de textes, gestion de fichiers, tout cela est actuellement en période de test chez Copy 2000 qui prépare, en outre, l'informatisation de ses centres ; «Nous ne nous situons pas sur un marché de produit, mais sur celui de l'information et de la communication. On y est vraiment, et rien ne peut nous arrêter !».

La concurrence ? Elle est encore loin d'être menaçante aux yeux de Gilles Macherey. Bien plus audacieux, Gilles Macherey en souhaiterait même davantage : «cela permettrait de stimuler un peu le marché qui ne se réveille pas assez vite à mon goût. Nous avons fait une échappée et cela ne nous gênerait pas d'avoir un peloton derrière nous pour entretenir notre effort». Il est vrai que le marché de l'imprimerie rapide est largement porteur en France ; notre pays est encore très en retard par rapport aux Etats-Unis où l'on compte, par exemple, une imprimerie rapide pour 15.000 habitants contre une pour 70.000 chez nous. Aujourd'hui, la chaîne Copy 2000 couvre 3 % de son marché. Un pourcentage a priori modeste, mais qui la place néanmoins au premier rang dans ce secteur qui

est composé essentiellement d'imprimeries indépendantes et isolées. En tout cas, dans toute la France, 10.000 entreprises sont clientes chez Copy 2000 et une photocopie sur mille est réalisée sous l'enseigne Copy 2000. «Ce n'est pas mal !», constate Gilles Macherey avec satisfaction. «Le marché est énorme et il nous tend les bras. Alors, on n'attend pas le client, on va le chercher», continue-t-il.

La franchise avec un grand "F"

Quand on est jeune, ambitieux, avec de bonnes idées mais...pas beaucoup d'argent, rien de tel que la franchise pour s'implanter rapidement et se donner les moyens de sa réussite. Mais attention, pas n'importe comment : «la franchise n'est pas un but en soi, c'est un moyen, un excellent outil pour une stratégie de développement à long terme», insiste Gilles Macherey. D'emblée, en digne membre de la FFF et de l'UEF (où il est chargé du laboratoire "management"), Gilles Macherey annonce la couleur : sa conception de la franchise est "résolument orthodoxe" ; c'est «la franchise en grosses lettres et avec un énorme "F"», qu'il exerce et qu'il veut promouvoir. Honnissant la franchise "recette miracle" ou "coup de bluff", Gilles Macherey finit par la consacrer d'un mot français qu'il décline sous toutes ses formes : «La franchise, c'est une affaire de vrais managers !». Avis amical de Gilles Macherey aux franchiseurs débutants et futurs : si vous vous mettez à la franchise en espérant faire des bénéfices dès la première année, vous faites complètement erreur. Un franchiseur doit avoir des ambitions à long terme. La priorité au départ, c'est la croissance de la société et le profit des franchisés. «C'est la satisfaction des franchisés qui permet au réseau de grandir ; s'ils sont contents, on mérite ensuite de faire des profits...et s'ils sont très contents, on mérite de faire de gros profits !». Telle a été en tout cas, la politique mise en pratique à Copy 2000 : après s'être développée par investissements autofinancés (3 MF), c'est seulement au bout de cinq années que la société va commencer à récolter les fruits de ses efforts, avec un million de francs de bénéfice prévu pour l'année prochaine. «Par contre, les franchisés ont, quant à eux, les moyens de faire du profit dès le début», souligne Gilles Macherey.

«Les trois premières choses qu'ils apprennent à faire chez Copy 2000, c'est d'abord vendre, puis vendre et vendre encore !». Cette consigne n'est pas une simple boutade : elle constitue une véritable ligne d'action fixée aux franchisés Copy 2000, avec aussi les moyens de sa mise en œuvre. Selon Gilles Macherey, le savoir-faire de Copy 2000, c'est son savoir-vendre. Ce sont donc des techniques marketing et commerciales spécifiques qui font l'objet du transfert de savoir-faire et de technologie de la part du franchiseur. «Nous sommes une franchise de services pour l'entreprise ; en tant que pionnier du marketing industriel en France, nous savons comment vendre aux entreprises, et nous l'apprenons à nos partenaires». Il est vrai que, dans ce but, une longue formation commerciale (six semaines) est

laquelle est attribuée la "coupe du meilleur franchisé Copy 2000". Pas de crainte non plus de voir la concurrence sortir des propres rangs de la chaîne : «Parmi nos franchisés, il n'y a pas de velléités de sortir du réseau ; au contraire, très satisfaits de ce que nous leur apportons en publicité et en formation marketing, plusieurs d'entre eux vont ouvrir leur deuxième centre sous l'enseigne Copy 2000», précise Gilles Macherey. «Franchiseur et franchisés ont vraiment chez nous la même motivation : réussir ensemble».

Vive le rêve américain !

Réussir, Gilles Macherey le désire toujours davantage : «Je suis un éternel insatisfait ; je considère toujours que j'ai 80 % de ce que je peux réussir», confie-t-il. «Tous les matins et tous les soirs, je me pose les questions :



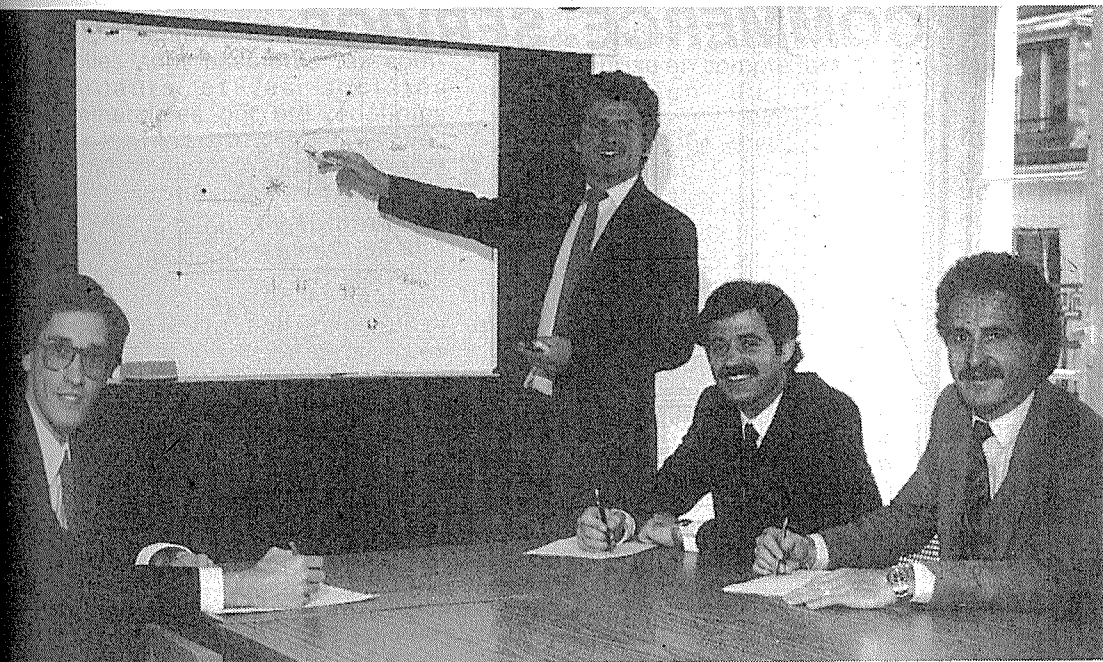
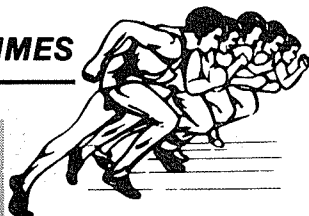
Reprographie de documents, rapports, en-têtes, mailings, fiches : une réponse au besoin de communication écrite de l'entreprise.

dispensée aux franchisés, également soutenus par un effort publicitaire important (1MF de budget national).

«Il ne faut surtout pas que nos franchisés s'endorment», poursuit Gilles Macherey, «en plus de notre assistance suivie, ils sont motivés par des objectifs et un esprit de challenge». Le P-dg de Copy 2000 semble assez fier de décrire le réseau de ses franchisés comme une "confrérie", une grande famille qui tient d'ailleurs sa convention annuelle, au cours de

que puis-je faire et qu'ai-je réussi à faire pour augmenter la taille de la société ?».

Gilles Macherey serait-il l'un de ces managers obsédés, ne vivant que par et pour son entreprise ? «C'est vrai que, ayant été formés aux Etats-Unis, nous avons tous en tête le rêve américain» (il n'oublie jamais le reste de l'équipe quand il parle de la société). «Nous avons l'esprit entrepreneur, et c'est par goût du risque et pour vivre une aventure que nous nous sommes lancés !».



La synergie d'une équipe : Gilles Macherey (à gauche), Richard Azera, Dominique Lejade et Pierre Parmentier (de gauche à droite).

Mais Gilles Macherey se défend d'«être un mono-maniaque de l'entreprise», de même que la réussite ne s'exprime pas pour lui en termes purement quantitatifs. «La réussite fait partie d'un mode de vie, c'est comme une profession de foi : elle repose sur des valeurs qui ne s'appliquent pas seulement au domaine professionnel».

Réussir, c'est d'abord développer, partout et toujours, toutes les potentialités et exploiter tous les talents, dans un esprit de "challenge" et de motivation.

C'est ainsi que Gilles Macherey assure pouvoir jouer sur les différents tableaux de sa vie : vie professionnelle, familiale et loisirs. Et il affirme jouer gagnant partout. Marié et heureux père d'un bébé de neuf mois, il veut en outre être un dirigeant en forme. «Je ne suis pas une brute de travail, je refuse d'être un P-dg harassé. Je préfère investir dans les salaires de personnes compétentes». Et surtout, pas question de toucher à ses loisirs : Gilles Macherey est un grand sportif, et c'est avec beaucoup de sérieux qu'il se prépare aux championnats de France de marathon...

Mais pour le P-dg de Copy 2000, la réussite représente aussi l'accession à un statut de reconnaissance sociale.

«Au départ, je voulais faire fortune et me réaliser personnellement. Aujourd'hui, je pense que la fortune viendra de toute façon ; mais en attendant, le plus palpitant, c'est la reconnaissance de sa réussite par autrui. Je n'ai pas le goût du pouvoir pour lui-même,

mais j'aime inspirer confiance». Et Gilles Macherey poursuit avec le sourire amusé d'un enfant gâté : «Autrefois, j'invitais les banquiers pour obtenir des prêts ; aujourd'hui, ce sont eux qui m'invitent pour placer de l'argent dans l'entreprise !». D'ailleurs, l'ambition suprême de Gilles Macherey n'est-elle pas de voir la société Copy 2000 cotée en Bourse d'ici à 1987... Une vraie consécration sociale...

Un capitalisme du futur

L'horizon de Gilles Macherey dépasse largement celui de l'année 1987 : «D'ici à une dizaine d'années, je me retirerai du management actif», estime Gilles Macherey. «J'aurai alors trouvé quelqu'un, peut-être plus compétent que moi, pour diriger la société».

En effet, G. Macherey croit beaucoup à un "capitalisme de type nouveau" où les responsabilités seront complètement redistribuées par rapport à celles d'une entreprise à hiérarchie classique. Le système de la franchise lui paraît même illustrer déjà ce "management synergétique" : le travail d'équipe, la communication à double sens entre "les stratèges et les hommes de terrain", telle serait la voie vers le capitalisme du futur. Ces méthodes ne relèvent d'ailleurs pas de la fiction, puisque ce sont celles qui ont été effectivement adoptées à Copy 2000, par l'équipe Gilles Macherey, Richard Azera, Dominique Lejade et Pierre Parmentier.

Aujourd'hui, la "bande des qua-

tre" s'est scindée en deux, afin de réaliser un autre projet : établir aux Etats-Unis une société de distribution de micro-informatique. Une nouvelle chaîne de franchise en perspective, dont l'objet sera la création de centres de distribution de logiciels et de micro-ordinateurs proposant, en outre, des services complets : non seulement vente du matériel, mais aussi formation et conseils aux clients. Le premier magasin est déjà ouvert sur les hauteurs de Beverly Hills, à Los Angeles... Un retour aux sources en quelque sorte... Mais d'ici peu, assure Gilles Macherey, «la société reviendra ensuite en France, et on franchisera ici».

D'ailleurs, à Paris, un autre enfant des fondateurs de Copy 2000 a vu le jour : Océan Systèmes, une société spécialisée dans l'édition et la commercialisation de logiciels standards pour micro-ordinateurs, au capital de laquelle sont associés Soginnove, la Banque Privée de Gestion Financière et les Editions Masson.

Mais Gilles Macherey se sent aussi une âme de sponsor. Juste et reconnaissant retour des choses, il trouvera normal d'utiliser son argent pour le placer auprès de jeunes créatifs.

En attendant, le P-dg de Copy 2000 se projette volontiers en l'an 2000 : «Je m'y vois très bien dirigeant plusieurs sociétés, et pourquoi pas, un holding»...

Rien d'impossible en effet, pour qui sait bien courir et partir à point...

Daniella TAIEB