



didier et laurent gaspoz

# KIS Original Services

*Propos recueillis par Alice Thomann*

**Directeur de KIS, Laurent Gaspoz coache un véritable athlète de décathlon : une entreprise à la pointe dans toutes les disciplines des arts graphiques, dotée de muscles bien coordonnés, souples et rapides, attentive à la plus petite accumulation de graisse administrative et avide de challenges. Avec à son palmares la confiance de 6000 clients souvent prestigieux, cette PME genevoise de 30 personnes tient à rester une " petite boîte " et à soutenir celles qui se lancent.**

**Graphisme, impression, copie, affichage, décoration, création textile...Comment définir KIS?**

Nous nous voulons une vitrine des arts graphiques au centre ville. Notre objectif est de décharger nos clients du poids technique mais aussi psychologique de l'organisation de leur communication. Prenez le chargé de communication qui doit organiser la présence de son entreprise à un forum. Son problème n'est pas de remettre un simple mandat d'impression, mais d'optimiser l'équation qualité-coûts-délais pour la conception d'un stand, d'une signalétique, de l'habillement des hôtes, d'un carton d'invitation, d'une formule de mailing, d'une interface sur son site web... Trouver et coordonner six sous-traitants est une source de stress garantie. Chez KIS, nous sommes en mesure de lui offrir un panachage idéal parmi les moyens de création graphique existants, le tout à une adresse facile d'accès. La notion de service est au cœur de l'histoire de KIS

**Quelle est cette histoire ?**

C'est celle d'un recentrage perpétuel sur les clients qui nous accordent leur confiance. Fondée par mon frère et mon père il y a 20 ans, KIS avait pour vocation première de développer le concept de photocopie/impression/clé minute en Suisse pour un réseau franchisé européen. Mais la clientèle helvétique avait des exigences particulièrement pointues en matière de service... Pour y répondre, KIS prend son indépendance du réseau. Depuis, nous devons presque chaque grande étape de notre croissance au mandat d'un client important.

**Quelle place accordez-vous à l'innovation ?**

KIS a été à l'avant-garde de plusieurs révolutions technologiques. Un partenariat avec CANON, inventeur du photocopieur couleur au début des années 80 nous a permis d'offrir ce service en exclusivité en Suisse romande à ses débuts. En 1998, à l'aube de l'impression numérique de masse, c'est KIS que choisit à nouveau Canon pour installer sa dernière imprimante en avant-première européenne. Entre temps, nous avons été parmi les premiers à exploiter les possibilités offertes par Macintosh pour la création graphique.

**Quel est votre prochain défi ?**

KIS fait face à une demande croissante. Mais elle ne veut pas devenir une grande entreprise ni migrer vers une zone industrielle. La solution est donc d'être toujours plus performante et de pouvoir compter sur des collaborateurs plus autonomes et impliqués. C'est à cela que nous travaillons actuellement. Lorsque chacun de nos 30 collaborateurs sera capable de présenter les perspectives de KIS et d'y définir sa place à un horizon de 5 ou 10 ans, le pari sera gagné.

**Parrainer GENILEM, qu'est-ce que cela représente pour vous ?**

C'est avant tout une question d'affinité personnelle avec les créateurs d'entreprise, et notamment les jeunes puisque je n'ai moi-même que 30 ans. Et puis l'envie de partager ce que j'ai pu apprendre. A ma sortie de l'Ecole des Arts Graphiques, cette démarche m'a porté à devenir expert fédéral. Aujourd'hui, elle me conduit vers GENILEM.

**Du " haut " de vos 10 ans d'expérience de jeune entrepreneur, que souhaitez-vous dire à ceux qui démarrent ?**

Que c'est un immense avantage d'être jeune dans les affaires ! C'est vrai qu'au premier contact, on ne reçoit pas automatiquement le respect et l'écoute dévolus d'entrée à un quinquagénaire aux tempes grisonnantes. Mais c'est le cap le plus dur à franchir. Le tout est de savoir attirer l'attention : humour, look, chacun son truc. Si vous êtes convaincant, on se rappellera de vous parce que vous êtes jeune. Il y a d'autres clichés qui ont la vie dure, comme le forcément désagréable face-à-face avec le banquier. Or d'un point de vue réaliste, un jeune qui a toute la vie devant lui offre bien plus de garantie qu'une personne en fin de carrière à un banquier.

Et puis il faut aussi savoir que les aînés adorent partager leur expérience. En étant jeune, il est facile d'admettre qu'on a beaucoup à apprendre, de trouver de l'intérêt aux expériences des autres. Préférez le profil bas à l'arrogance, sollicitez des conseils. Et soudain, votre banquier ou votre assureur se mettent à vous traiter comme un fiston, vous livrant ses astuces d'un ton malicieux.