



## STARTER

# PROFESSIONNALISER LE SPONSORING

# 20

CLIENTS

et une dizaine de prospects (dont dix devraient signer d'ici à la fin de l'année) : le logiciel de MySponsor a déjà convaincu un grand nombre de sociétés telles que Carrefour, Delhaize, Volvo, Volkswagen, BNP Paribas, Randstad ou encore Fun Radio. La start-up a également mis au point une version plus légère du logiciel pour les PME.

Constatant une gestion des demandes de sponsoring souvent chaotique dans les entreprises, Christophe Deliens (29 ans) et Kenneth Bérard (34 ans) décident de créer un outil pour professionnaliser l'activité. Passionnés de nouvelles technologies, ils s'associent avec une société spécialisée dans l'événementiel pour développer **un logiciel de suivi de l'activité de sponsoring, de coordination et d'évaluation du retour sur investissement**. Grâce à ce programme unique en Europe, les partenaires potentiels peuvent soumettre leur requête à travers un formulaire intégré au site web de l'entreprise. Une sélection des demandes s'opère alors automatiquement selon des critères préétablis pour fournir une réponse rapide : une efficacité essentielle pour l'image de la marque. Les fondateurs créent la SPRL **MySponsor** en mars 2010 et la structurent en SA en février dernier. Leur portefeuille de clients ne cesse de s'élargir et ils viennent d'embaucher un nouveau vendeur. « Le plus compliqué, c'est de dénicher des vendeurs talentueux, qui ont la "niaque" », affirme Kenneth Bérard, CEO de la société et également fondateur du monde virtuel Taatu. C'est d'autant plus crucial pour la croissance de la start-up qu'elle est en pleine négociation pour s'étendre à l'international, à commencer par les marchés français et hollandais. Les entrepreneurs veulent aussi englober d'autres activités, comme le mécénat. Mais pas question de brûler les étapes. « Il faut rester humble. On sait qu'on ne va pas conquérir le monde en une fois », relativise le jeune entrepreneur. ©

CÉLINE DELACHARLERIE