

Corona grootste hinderpaal voor opstart Surplace uit Kortrijk

“Veel inzichten opgedaan door ons concept te delen”

Bart Vancauwenberghe, freelancejournalist

Stilstaan is achteruitgaan: het cliché klopt, maar niet altijd. Dries Laperre en Laura Willems bewijzen dat even ‘surplacen’ erg nuttig is bij de zoektocht van bedrijven naar productinnovatie. Bijna twee jaar na de opstart is het duo tevreden over de weg die ze hebben afgelegd. “De Start&GO-sessies van de POM en het Bryo-traject van Voka zijn een grote bron van inspiratie geweest.”

Dries Laperre en Laura Willems leerden elkaar kennen op **Howest**. Dries was er docent en onderzoeker bij de richting **Industrieel Productontwerp**; Laura was er eerst studente en keerde na een eerste werkervaring bij **Unilin** als onderzoeker terug naar de hogeschool waar ze alles leerde.

“We hebben er vijf jaar samengewerkt, veel onderzoeksprojecten gedaan en gecoördineerd,... Nadat we zoveel bedrijven hadden gefaciliteerd om te brainstormen, kriebelde het om zelf de sprong te wagen. 1 september 2020 was de officiële eerste (school)dag voor Surplace.”

Alles mag en kan

Missie van het creatieve duo: ondernemingen even ter plaatse laten trappelen om samen alle innovatiemogelijkheden in kaart te brengen, de juiste richting te kiezen en uiteindelijk een ‘proof of concept’ voor de productvernieuwing af te leveren.



Dries Laperre en Laura Willems: “Omring je als starter met experts en verzamel zoveel mogelijk feedback over je concept.” (Foto Luc DM)

“Wij komen op een heel boeiend moment, waarop in principe alles mag en kan. Tegelijk moet je met talrijke facetten rekening houden: wat bestaat er (nog) niet, wat wil en kan het bedrijf (niet), in hoeverre speelt de innovatie in op nieuwe langetermijnbehoeften, welk patent kan je aanvragen,... Wij gaan ter plaatse om dat alles in kaart te brengen en heel nauw met onze klant samen te werken. Dat is onze grootste sterkte.”

Dries en Laura begonnen eraan zonder extern kapitaal. “We zijn bewust heel kleinschalig begonnen, in onze livings. In volle pandemie was het niet zo evident om een pand te huren, maar vermoedelijk zouden we dat ook niet gedaan hebben. Het was een voordeel dat we amper hoefden te investeren. De grootste slokop van ons budget was de erkenning van dienstverlener voor de kmo-portefeuille. We hebben onszelf een minimaal loon uitgekeerd en voor de rest alleen kleine investeringen gedaan in functie van wat er binnenkwam. Tegelijk beseffen we dat we nog meer op naamsbekendheid moeten inzetten. Met het pand dat we sinds drie maanden

huren en door proactieve deelname aan beurzen, kunnen we op dat vlak nog stappen vooruit zetten.”

Zelfde traject

Het plezier om te ontwerpen – zowel het Surplace-concept als opdrachten van klanten – vinden de Surplace’rs de grootste troef van het ondernemerschap. “Onze meest uitgesproken uitdaging was: al doende leren. We hebben tijd nodig gehad om ons als ondernemer te profileren, de wereld te laten weten wat we doen én hen van onze meerwaarde te overtuigen. Voor marketing en prospectie moet je letterlijk uit je kot komen, maar in volle pandemie mocht dat niet. Uiteindelijk zouden we de dingen niet op een andere manier hebben aangepakt. In een ideaal scenario hadden we voor de start wat meer prospectie kunnen doen, maar op dat moment kon en mocht dat niet omdat we een Howest-petje droegen.”

Laura en Dries volgden hun eerste lessen als ondernemer digitaal, via enkele inspiratiesessies van **Start&GO** van **POM West-Vlaanderen**.

“Het was een hart onder de riem toen een panel van experts heel enthousiast was over ons concept en zich ook kon vinden in onze prijssetting. Door ook het **Bryo-traject** van **Voka** te volgen (voor het tweede jaar) zijn we nu helemaal ontgroend. Dat is meteen de belangrijkste tip die we aan andere starters kunnen geven: omring je met experts en verzamel zoveel mogelijk feedback over je concept.”

Hoewel corona stokken in de wielen stak, waren Dries en Laura relatief tevreden over het eerste jaar. “Je hoopt altijd op meer, maar als je telefoon zwijgt tijdens een coronapieken en regelmatig afgaat in dalmomenten van het virus, is de grootste rem van onze opstart meteen bekend. Het is een uitdaging om onszelf op de kaart te zetten in een periode van materialenschaarste, verminderde koopkracht en een oorlog. Tegelijk zijn we ervan overtuigd dat ondernemingen die nu stilstaan over hoe ze met productinnovatie kunnen inspelen op huidige tendensen en toekomstige noden, er absoluut mee gebaat zijn om ons in te schakelen.”