

Aymax sprl

2018 nous gardons le cap...



Kazachok : Quel bilan depuis votre 1^{er} édito dans le Kazachok Licensing Mag' en 2016?

Grégory Deslandes : Il est toujours intéressant de prendre le temps de regarder le chemin parcouru, surtout en ce début d'année 2018 qui sera encore riche en nouveaux challenges et défis. Mais avec le recul, je dois avouer une certaine satisfaction dans l'évolution de notre société. Beaucoup d'énergie et de temps ont été investis dans et pour Aymax, entre la mise en place des 1^{er} chantiers - modifications de la structure interne - et le renforcement de notre studio graphique. D'autres ont très vite suivi. C'est ainsi que nous avons déménagé début 2017 dans un nouvel espace offrant plus de place à nos collaborateurs, avec des volumes propices à la hauteur de nos ambitions ! Nous avons aussi investi dans un entrepôt 100% dédié à Aymax, ce n'est sans doute pas le plus glamour mais indispensable à nos yeux pour remplir notre objectif du «service flexible et réactif». Malgré cette évolution constante, nous voulons rester une société à taille humaine, une société gardant le plaisir au cœur de son business model, «être plus proche de nos clients que de nos comptables». Cela résume bien notre mentalité et état d'esprit. Nous prenons le temps de construire un relationnel fort avec nos clients, partenaires et fournisseurs.



Nous avons également continué d'enrichir notre portefeuille de nouvelles licences.

K. Concernant les licences, quelle est votre positionnement ?

G. D. : Le choix d'une nouvelle licence résulte toujours de discussions internes que ce soit autour de la machine à café ou durant un rendez-vous. Nous aimons l'implication de tous. Mais depuis peu nous travaillons avec une personne dédiée à l'analyse des marchés et tendances. Nous avons ainsi signé des licences divertissement comme

Le Tour de France
JOHNNY HALLYDAY

Les Pyjamasques pour le Benelux, mais aussi des licences plus adultes et iconiques

pour la France et le Benelux telles que **Le Tour de France** et **Johnny Hallyday**. Nous continuons à travailler de manière étroite avec des partenaires licence afin d'offrir le portefeuille licences le plus large possible à nos clients. Nous avons signé un contrat de distribution des licences Character World pour la France et la Belgique. Cela s'inscrit parfaitement dans notre stratégie d'expansion de notre business model sur la France.

2018 - We're staying on course!

Kazachok: What's your record since your 1st editorial in the 2016 Kazachok Licensing Mag'?

Grégory Deslandes : It's always interesting to look back on how far we've come, particularly at the beginning of this new year 2018 that holds more challenges! However, I must confess I'm pretty happy with the way our company has evolved. A lot of time and energy was invested for and in Aymax, starting with organizing the 1st steps to alter our inside operations as well as strengthening our graphic studio. Then other things quickly took place. Thus we moved into a new place at the beginning of 2017 to offer our team more space in a place that suited our ambition! We also invested in a warehouse that's 100% dedicated to Aymax - maybe not the most glamorous step - but we saw it as indispensable to fulfill our goal to offer "flexible and reactive service". Notwithstanding our constant evolution we're intent on remaining a people-friendly company, with enthusiasm at the core of our business model and wish to stay "closer to our clients than to our accountants". That's a good way of summing up our mentality and state of mind. We take whatever time is needed to build strong relationships with our clients, partners and suppliers. We also continued to enrich our licensing portfolio.

K.: As far as properties, how are you positioned?

G.D.: Our choice of a new franchise always stems from talks that might initiate next to the office coffee machine or during an appointment. We enjoy everyone being involved. Nonetheless we recently hired someone specifically dedicated to analyzing markets and trends. We also inked deals for entertainment franchises such as **PJ Masks** for Benelux as well as more emblematic and adult franchises such as **Le Tour de France** and **Johnny Hallyday** for France and Benelux. We continue to work closely with licensing partners to ensure our clients have a large licensing portfolio to choose from. We inked a distribution deal for Character World franchises for France and Belgium. That suits the expansion strategy of our business model for France to a tee.

