

Numérique : Timbreos réinvente la carte postale avec un service original



Si l'envoi de SMS et de MMS ont fait chuter les ventes de cartes postales, il s'en vendrait encore plus de 300 millions par an en France. © Timbreos

Timbreos met du numérique dans la carte postale. Lancée début juillet 2013, la toute jeune PME nantaise propose de réaliser des cartes postales à partir de vos propres photos et de les envoyer sous 24 heures au destinataire, dans le monde entier.

"Il s'agit à la fois de toucher une clientèle traditionnelle mais aussi, à une époque où l'on veut tout, tout de suite, de capter les internautes de 18 à 35 ans souvent déboussolés par le parcours fastidieux pour envoyer une carte postale dont l'image ne correspond pas au message que l'on veut faire passer", explique Laurent Quentin, 24 ans, créateur de [Timbreos](#), spécialisée dans la conception, la production et la commercialisation de cartes postales personnalisées.

Le principe est simple : à partir d'un ordinateur ou d'un smartphone, il est possible d'envoyer ses propres photos et son texte à Timbreos qui se charge de l'impression et de l'expédition dans le monde entier pour un coût forfaitaire de 1,99 euros à 3,49 euros selon la formule choisie (une, deux ou trois photos). *"Nous maîtrisons l'ensemble de la chaîne logistique"*, souligne Laurent Quentin pour justifier sa différence. Pour garantir la qualité et préserver la confidentialité, les cartes sont adressées sous enveloppe. Timbreos vise 10 000 cartes postales au cours de son premier exercice et 30 000 l'année suivante.

Du grand public aux pros

Ingénieur industriel de formation, Laurent Quentin a finalisé son projet au cours de sa dernière année d'études à l'ICAM de Vendée. Soutenu et accompagné par la cellule d'essaimage du groupe **Schneider Electric**, le jeune entrepreneur a réuni un budget de 44 000 euros (prime régionale à la création d'entreprise, [Nantes Initiative](#), [Accre](#), [Oseo](#), etc.) pour démarrer. Il a investi 7 000 euros dans une imprimante numérique industrielle pouvant traiter des dimensions et des grammages de papier importants et 24 000 euros pour concevoir un site internet et les applications "mobile".

Les évolutions futures passeront par la mise à disposition de visuels à thèmes et de sites emblématiques, des cartes postales dotées de supports magnétiques, des modèles aux senteurs variées et une proposition spécifique pour les professionnels de la communication. Malgré une chute des ventes due à l'envoi de SMS et de MMS, il se vendrait encore plus de 300 millions de cartes postales par an en France.