

VERS L'ENTREPRENEURIAT ET AU-DELÀ !



© SEBASTIEN FERRARO



ENTREPRISE DE LA SEMAINE

X-PM choisit Lyon pour se déployer

COLLECTIVITÉS

Berliet : l'ancienne cité se réinvente



Vers l'entrepreneuriat et au-delà !

La France n'aura jamais autant compté d'entrepreneurs (691 000 créations en 2018, en augmentation de 17 % par rapport à 2017 selon l'Insee). La dynamique semble se poursuivre sur le premier trimestre 2019. De quoi nourrir l'appétit de nouveaux prétendants qui ne demandent qu'à faire germer leur idée, d'affiner leur business plan, voire de remettre en question leur intuition de départ... Pour tout cela, le Salon de Entrepreneurs de Lyon (12-13 juin au Centre de Congrès) offre une palette de solutions à tous les niveaux de maturité d'un projet. L'édition 2019 fait la part belle à l'échange et au partage d'expérience, car au-delà du fourmillement d'un tel rendez-vous, le temps de la prise de recul reste un élément déterminant que les organisateurs n'ont pas zappé, d'où la mise en place de sessions de recrutements, de coaching et d'entretiens ciblés. Sans oublier les rencontres avec des entrepreneurs aguerris pour qui rien n'est jamais acquis, comme l'attestent nos grands témoins interrogés.

■ Dossier réalisé par Jacques Donnay et Julien Thibert

WILLIAM JAMEUX

« Des solutions et des outils »

Autour de trois axes thématiques, ressources humaines, numérique et international, le Salon des Entrepreneurs de Lyon (12-13 juin) ambitionne de couvrir l'ensemble des champs liés à la démarche entrepreneuriale. « Un salon d'outils et de solutions » comme l'aime à le décrire son commissaire général William Jameux.

Comment pourriez-vous donner envie aux porteurs de projet de venir au salon ?

L'événement que nous organisons chaque année à Lyon doit s'appréhender comme un déclic. Au détour d'une allée, d'une rencontre, d'une conférence ou d'un networking nous mettons tout en place pour que le visiteur confirme son envie d'entreprendre. 50 % des visiteurs du salon possèdent un business plan ou un projet mûri et 30 % ont déjà créé



© CELINE VOUTY

croissance et de développement d'un business. Il n'est plus possible aujourd'hui pour un entrepreneur de ne pas être visible sur Internet, via un site par exemple. Les

« Au détour d'une allée, d'une rencontre, d'une conférence ou d'un networking nous mettons tout en place pour que le visiteur confirme son envie d'entreprendre »

leur entreprise. Les visiteurs doivent repartir du salon avec des outils et des solutions concrètes pour poursuivre leur aventure entrepreneuriale.

Quelles sont les thématiques proposées ?

Nous en avons ciblé trois principalement. Le numérique d'abord en tant que levier de

ressources humaines ensuite sont indispensables au bon fonctionnement d'un projet d'entreprise mais on se rend compte que cette donnée n'est pas forcément bien appréhendée par les entrepreneurs. Avec l'Apec et la Région Auvergne-Rhône-Alpes notamment, nous proposons des rencontres et des

partages d'expériences avec des experts de ce domaine. La troisième thématique est l'international car conquérir des parts de marché à l'étranger est une démarche qui peut propulser une entreprise sur le chemin parfois long de son développement.

Comment expliquer la pérennité du Salon des Entrepreneurs ?

Nous surfons déjà sur une tendance de fond qui est celle de l'envie d'entreprendre en France. Une réalité confortée par une progression de 20 % de la création d'entreprise l'année dernière et les premiers résultats du début 2019, laissent à penser que ce sera une année aussi exceptionnelle.

Les médias couvrent largement ce type d'événement lié à l'entreprise et parti-

cipent de cette visibilité. Tout comme d'ailleurs le cinéma qui n'a jamais été autant prolifique sur les biopics d'entrepreneurs ces dernières années, The social network (Facebook), Le fondateur (Mac Donald's) ou encore Saint-Laurent (Yves Saint-Laurent).

Avec 15 000 visiteurs/entrepreneurs attendus, 150 exposants, 100 conférences et débats et la venue de personnalités emblématiques de l'écosystème économique local, nous promouvons le partage d'expériences.

Ces moments privilégiés se déroulent sur notre espace Networking lors de sessions de « one to one » de 4 minutes ou de tables rondes thématiques. Un quart de nos visiteurs passe d'ailleurs par cet espace.

C'est donc un salon qui se vit en plusieurs temps ?

En quelque sorte oui. Il y a un temps de la découverte, de la rencontre et de la prise d'informations sur les stands et un autre consacré au partage et à l'échange, une prise de recul nécessaire par rapport au fourmillement naturel du salon. Parmi les nouveautés cette année d'ailleurs, nous proposons un Talent Center destiné à créer la rencontre entre des entrepreneurs aguerris et des porteurs de projets. 100 entretiens de recrutement sont ainsi organisés en 48h. Des séances de coaching sont également au programme pour les candidats afin de parfaire ces entretiens. Un studio photo est aussi à disposition pour donner une valeur ajoutée à son CV. ■

CUISINE ET INDÉPENDANCE

Grégory Cuilleron apparaît comme l'une des belles réussites lyonnaises en matière d'entrepreneuriat, précisément dans un secteur, celui de la gastronomie, très exigeant et qui ne fait pas de cadeau aux nouveaux entrants. Pourtant, son empathie, sa persévérance et son savoir-faire l'ont progressivement hissé sur le devant de la scène depuis 10 ans. Le secret de la réussite ? La diversification.

Comment gérer la célébrité en passant par la case télé-réalité ? « Quand j'ai remporté en 2009 le concours national « Un dîner presque parfait : le combat des régions » puis participé à Top chef où j'ai affronté des professionnels de la cuisine, les gens croyaient que j'avais seulement bénéficié de cette médiatisation pour développer ma passion pour la cuisine. Ça aide bien sûrement mais ça ne fait pas tout. Comme tout entrepreneur ma première inquiétude est de savoir comment je vais payer mon Urssaf ! » explique celui qui aujourd'hui partage son temps entre le conseil en agroalimentaire et la gestion de ses restaurants, Les Cinq Mains et Le Comptoir Cecil à Lyon.

« J'ai besoin de me nourrir de plusieurs activités pour enrichir et développer mon expérience d'entrepreneur » explique G. Cuilleron dont le crédo irrigue l'ensemble de ses business : cuisiner pour s'amuser, faire découvrir et surtout partager...

D'où le tournage d'une série documentaire *La Tournée des popotes* sur France 5, *Chez Remy tout le monde peut cuisiner*, un programme avec des enfants dérivé de l'univers du film d'animation *Ratatouille* sur Disney Channel ou encore sur France 2 avec *La fabuleuse histoire du res-*

taurant avec Stéphane Bern et Nathalie Nguyen.

Auteur du livre *Bluffez vos enfants* chez Mango Editions et *Qu'est-ce qu'on mange ce soir ?* chez Hachette Cuisine, il donne aussi des cours de cuisine dans les écoles afin de sensibiliser les enfants au goût.

Touché depuis sa naissance par une agénésie de l'avant-bras gauche, le cuisinier lyonnais n'a par ailleurs jamais fait de son handicap un levier reconnaissance ou de passe-droit. « J'ai été ambassadeur de l'Agefiph pendant 8 ans, une expérience qui m'a permis de parler du handicap et de l'emploi en toute simplicité et de développer l'image de la performance en entreprise ».

Dix ans après ses débuts, ses aspirations changent, il souhaite prendre de la hauteur. Une fin de cycle qui devrait l'engager à reprendre une nouvelle dynamique. « Je voudrais créer 2 ou 3 autres restaurants et m'impliquer un peu plus dans la vie de la cité. Je crois énormément en la cellule communale et l'échelon métropolitain ». Des projets plein la tête qu'il partagera à l'occasion du Salon des Entrepreneurs de Lyon dont il est l'un des parrains. ■

LE BON GUSTAVE A SOIF DE CROISSANCE

Au terme d'un parcours initiatique qui l'a mené d'Emlyon aux États-Unis, Clémence Durieux a concrétisé son projet entrepreneurial début 2015. Aux commandes d'une start-up dédiée à l'univers du vin, elle s'est appuyée sur l'écosystème lyonnais pour gérer les moments de doute et structurer son développement.

Clémence Durieux bouclera d'ici quelques semaines sa première levée de fonds et devrait atteindre l'objectif de 400 K€ qu'elle s'était fixé initialement. A 29 ans, cette lyonnaise d'adoption entend bien donner un élan supplémentaire au projet qu'elle porte depuis 4 ans sous la marque commerciale Le Bon Gustave. « Notre cœur d'activité initial consistait à retrouver un vin à partir d'une photo de son étiquette. Aujourd'hui nous voulons devenir un partenaire récurrent pour nos clients, en leur apportant du conseil et de l'accompagnement dans leur démarche de découverte et d'achat du vin au quotidien », explique-t-elle. Si la créatrice du Bon Gustave peut afficher de légitimes ambitions de croissance, le décollage de l'activité n'a pas été simple à organiser. « Nous avons échappé de peu à la cessation d'activité l'année dernière. Le manque de trésorerie est le point noir auquel doivent faire face la plupart des start-up et nous ne faisons pas exception à la règle », analyse-t-elle.



Pour ne pas céder au découragement dans cette période de questionnement, Clémence Durieux a néanmoins pu compter sur l'appui de l'écosystème entrepreneurial lyonnais. « Il est globalement très bienveillant avec les jeunes entrepreneurs, estime-t-elle. Il existe de nombreuses structures pour les aider à grandir. D'autre part, comme Lyon reste une métropole à taille humaine, les créateurs de start-up se connaissent et se soutiennent. On arrive facilement à échanger les uns avec les autres sur les bonnes pratiques. »

Une aide d'autant plus utile quand on ne peut pas s'appuyer sur des associés expérimentés et impliqués au quotidien dans l'entreprise. « La qualité de l'écosystème entrepreneurial lyonnais est un vrai gage de succès. Cela n'empêche pas de faire des erreurs, mais cela permet d'être soutenu moralement quand il faut justement gérer ces erreurs. Savoir qu'il y a des banques, des institutions, des incubateurs... qui sont derrière nous n'évite pas que le doute s'installe parfois, mais cela permet de garder le cap », conclut-elle. ■