

Les Echos **ENTREPRENEURS**

SALON DES ENTREPRENEURS PARIS ILE-DE-FRANCE

Créer son
entreprise :
des clés
pour
réussir

La révolution tranquille



Yves Vilaginés

Cela se passait dans les allées du Salon des entrepreneurs, en février 2009. Une foule serrée de visiteurs se pressait en masse pour se renseigner sur la nouveauté de l'année : le régime d'autoentrepreneur. Une décennie plus tard, 2,8 millions d'immatriculations ont été enregistrées et plus de 1,3 million d'autoentrepreneurs sont toujours actifs. Le succès ne se dément pas ! Après des hauts et peu de bas, après des modifications apportées par chaque gouvernement alourdissant quelque peu sa simplicité de départ, après le doublement des plafonds début 2018 qui lui a donné une seconde jeunesse, après sa surexploitation (abusive parfois) par les acteurs de la nouvelle économie de la livraison à domicile, des services à la personne et même des freelances... l'autoentrepreneur devenu microentrepreneur tient toujours le haut du pavé dans les chiffres de la création d'entreprises.

Si la première bulle Internet a donné naissance à un écosystème d'innovation et de start-up en France, ce régime simplifié d'autoentrepreneur a, lui, contribué à une révolution tranquille dans toutes les strates de la société. Plus que les annonces de levée de fonds à coups de millions d'euros, dont peu d'entrepreneurs finalement profitent, l'autoentrepreneur a acculturé la société française au goût d'entreprendre. Même si ce goût est parfois amer, car le succès n'est jamais garanti. La création d'entreprises est aujourd'hui présentée, avec excès sans doute, comme la dernière aventure contemporaine, surtout auprès des plus jeunes. Il n'en reste pas moins qu'entreprendre est un défi humain que seuls les audacieux relèvent. Quelle que soit leur motivation, quelle que soit leur destinée, une force les pousse à prendre leur devenir en main. S'ils n'ont pas toujours la volonté de changer le monde, ils ont tous et toutes l'envie de changer leur vie. ■

Romain Teillais a fondé, fin 2016, Woodiny, une marque d'accessoires originaux pour homme. Cet autoentrepreneur a remporté, en novembre 2018, le prix Audace du concours organisé par la fondation Le Roch-Les Mousquetaires.
Photo Cyril Fussien



PANORAMA // Le régime d'autoentrepreneur fête ses 10 ans. Une révolution douce et massive qui a changé le visage de la création d'entreprises en France. Ils sont aujourd'hui plus de 1,3 million.

Le régime d'autoentrepreneur séduit toujours autant les créateurs

Elle aussi fête ses 10 ans... une décennie qu'elle est à son compte. Corinne Barois a été l'une des premières à adopter le régime de l'autoentreprise (AE) dès le 1^{er} janvier 2009, la dixième personne en France, selon elle. (lire son portrait ci-dessous). Depuis, comme elle, ils ont été des millions. On compte très exactement 2.832.600 créations en AE sur la décennie. De quoi changer profondément le visage de l'entrepreneuriat en France. Pour preuve, le nombre d'entreprises a augmenté de 1,5 million en dix ans.

Début 2017, on en comptait 4.495.383 dont la moitié de travailleurs indépendants, professions libérales et autoentrepreneurs. En 2012, Julie Vincent Dalsace saute le pas. Elle vient d'obtenir son diplôme d'attachée de presse à l'Efap. Une belle opportunité s'offre à elle : travailler pour une agence de presse suisse dans le développement durable. Mais son « employeur » ne souhaite pas ouvrir de société en France pour la salariée. Alors, elle opte pour l'autoentreprise et décroche ainsi son premier client.

En 2018, Julie Vincent Dalsace est toujours à son compte et toujours autoentrepreneuse. Par choix. Elle apprécie d'abord la simplicité du régime. « Avec l'application de l'Urssaf, je déclare mon chiffre d'affaires en quelques minutes. Je sais immédiatement combien de charges je dois verser à l'administration. » C'est là le point fort de ce régime : un calcul des charges en pourcentage du chiffre d'affaires,

environ 22 % actuellement pour les services, avec une règle simple : pas de revenus pas de charges sociales, contrairement au régime social des indépendants qui, à l'époque, réclamait des cotisations dès la création. Le revers de la médaille : une moindre protection sociale, pas de déduction de frais, et donc pas de récupération de TVA.

L'an dernier, Julie Vincent Dalsace a aussi bénéficié d'une évolution majeure de ce régime : le doublement du plafond... Son chiffre d'affaires a avoisiné 40.000 euros, c'est-à-dire plus que le plafond de 33.200 euros auparavant en vigueur pour être AE, et qui délimite aujourd'hui l'exonération de TVA. Le plafond pour les services a été porté à 70.000 euros annuels, et pour les activités d'achat-vente à 170.000 euros. Alors, désormais, elle facture la TVA à ses clients, tous des professionnels qui peuvent la récupérer, ce qui est indolore pour eux. Mais pas question pour l'autoentrepreneuse de passer au réel ou en société !

Complément de revenus

Depuis dix ans, le régime de l'autoentrepreneur a donc acculturé une société française que l'on disait jusque-là rétive à la création d'entreprises. « Ce régime démocratise une nouvelle manière d'entreprendre, plus agile. Le côté académique a volé en éclat », glisse Yves Jarland, délégué régional Occitanie à l'association pour le droit à l'initiative économique (Adie). On peut ajouter qu'il a aussi créé un écosys-

tème marchand d'activités d'accompagnement. « Avant, c'était l'apanage de gros réseaux comme le nôtre. Désormais il faut compter sur des associations, des opérateurs importants et des consultants. Le marché est gigantesque ! »

Il faut bien conseiller ces centaines de milliers d'apprentis entrepreneurs. Car le régime a aussi été conçu pour arrondir ses fins de mois, ou assouvir ses passions. Lydie Jannot est ingénieure commerciale à temps complet et œnologue à l'occasion. Après une formation en œnologie, fin 2014, elle est devenue AE et anime de temps en temps des dégustations de vins. Cette activité lui permet surtout de vivre sa passion. « Je peux pleinement me réaliser », avoue-t-elle. Sans contraintes financières, la sommelière choisit ses clients, et exclut toutefois d'abandonner son emploi qui lui offre « un revenu standard, une mutuelle et une Sécurité sociale ». Pour elle, qui a facturé moins de 5.000 euros l'an dernier, le gouvernement prépare un petit cadeau : la loi Pacte, encore en discussion, prévoit la fin de l'obligation d'un compte professionnel séparé.

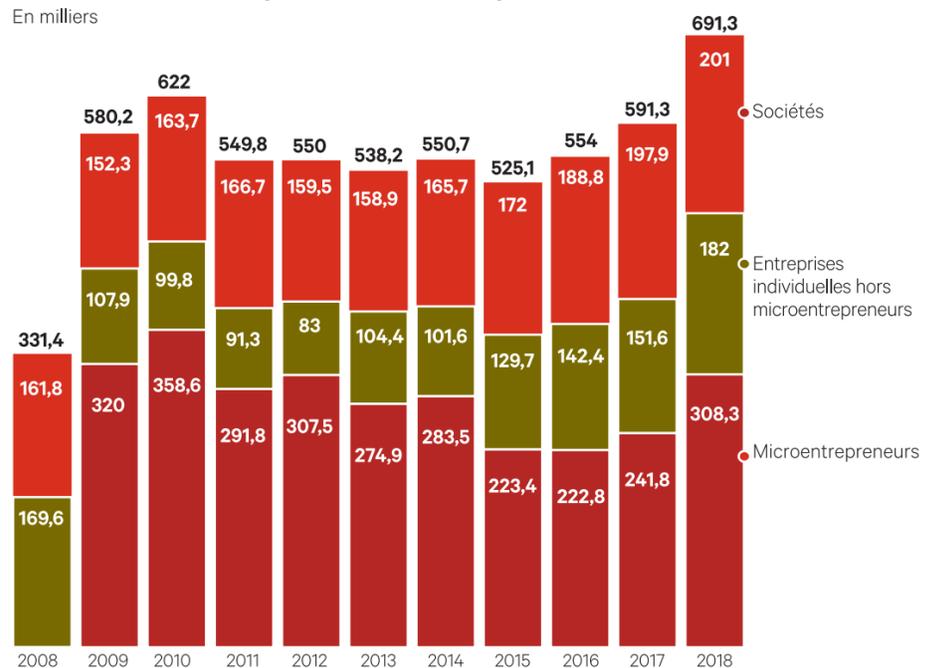
— Mickaël Deneux

À NOTER

Les prix Audace récompensent les autoentrepreneurs dans 8 villes en France. Organisés par l'Union des autoentrepreneurs et la Fondation Le Roch-les Mousquetaires, ils sont dotés d'un prix de 4.000 euros pour chaque lauréat.

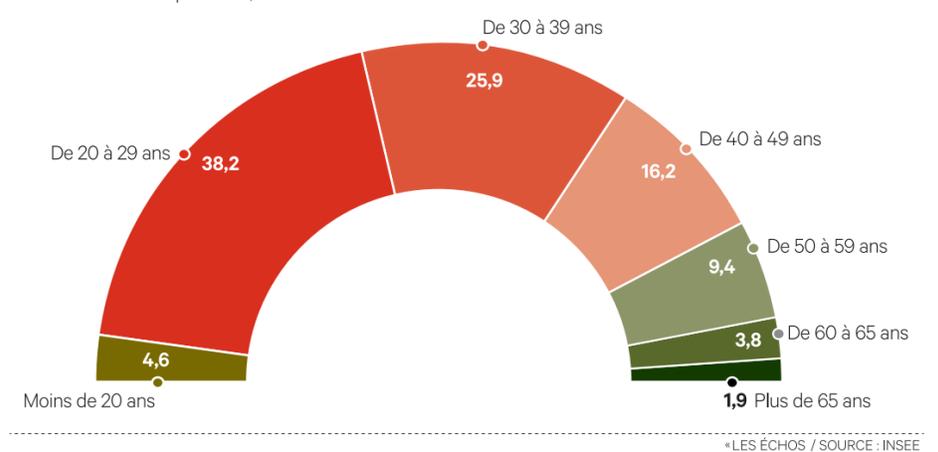
Les créations d'entreprises en France depuis 2008

En milliers



Les créations par tranche d'âge du créateur

En % de microentrepreneurs, en 2018



— LES ECHOS / SOURCE : INSEE

Les chiffres clefs

2,8

MILLIONS

En dix ans, le nombre de créations sous le régime de l'autoentreprise a dépassé toutes les prévisions. Fin juin 2018, ils étaient toujours 1,35 million d'autoentrepreneurs inscrits.

308.300

CRÉATIONS EN 2018

Après un tassement des créations de statut à partir de 2015, le doublement des plafonds de chiffres d'affaires début 2018 et le développement des plateformes de transport et de services ont relancé le régime.

9,8

MILLIARDS D'EUROS

Même si le chiffre d'affaires mensuel moyen des autoentrepreneurs est à peine de plus de 1.000 euros, l'activité économique générée par l'ensemble des AE représente, tout de même, près de 10 milliards d'euros.

CUMUL D'ACTIVITÉ

L'artiste est devenue coach professionnelle

Devenir autoentrepreneuse a produit sur elle l'effet d'un catalyseur. Artiste dramatique, comédienne, interprète et intermittente du spectacle, Corinne Barois faisait face à la rareté du travail. Pour s'en sortir, elle décide alors de créer une activité de complément dans la formation, et, hasard du calendrier, elle saisit l'opportunité de l'entrée en vigueur du régime de l'autoentreprise dès le 1^{er} janvier 2009. « J'ai été enregistrée à 0h01. Je pense être la dixième autoentrepreneuse en France », se souvient-elle.

En 2009, il s'agissait pour elle d'un moyen rapide et simple de facturer ses prestations, chose impossible en cachet intermittent. Le tout en pouvant cumuler cette activité et ses droits à l'assurance-chômage.

Reconversion

Son créneau ? Les formations à la prise de parole. Elle commence en donnant des cours pour des enfants et des parents en situation de monoparentalité. Un jour, un de ses anciens élèves lui propose d'intervenir au sein de son cabinet de conseil en informatique. « Je formais les managers à se trouver au meilleur d'eux à l'oral. En huit ans, je suis progressivement passée d'un volume de 20 employés à 400 employés formés



Barbara Grossmann

par an », assure-t-elle. En parallèle, Corinne Barois matérialise cette reconversion professionnelle en décrochant, en 2010, un Master de coaching. Peu à peu, l'artiste devenue consultante diversifie aussi ses clients : au cabinet informatique viennent s'ajouter une SSII, puis d'autres entreprises... Depuis octobre 2018, elle intervient même auprès d'un grand groupe automobile, toujours sous le statut de microentrepreneuse.

Ses revenus augmentent donc progressivement. La première année, elle avait engrangé un peu plus de 7.000 euros de revenus. Aujourd'hui, la microentrepreneuse parvient à une rémunération correcte, d'environ 2.000 euros par mois. Mais surtout Corinne Barois confesse être sortie d'une zone inconfortable. « J'ai pu vivre grâce au statut d'autoentrepreneur. Et désormais, j'arrive à me projeter car je dispose d'une trésorerie qui me permet de ne plus courir après le revenu. » Sereine, elle poursuit donc ses deux métiers, ses deux amours : le spectacle et le coaching.

— M. D.

« Je dispose d'une trésorerie qui me permet de ne plus courir après le revenu. »

VOLONTÉ D'INDÉPENDANCE

De salarié à entrepreneur : une période de transition

Mars 2016. Quand l'Institut des langues de Normandie, réseau de quatre centres de formation aux langues, doit se résoudre à fermer ses antennes de Caen et du Havre, il ne pas fait dans les détails : tous les employés sont remerciés. Le responsable pédagogique, Gordon Stirling-Whyte, avec. Ce trentenaire, père de deux enfants, erre peu de temps dans les couloirs de Pôle emploi. « J'ai profité de ce licenciement pour obtenir un contrat de sécurisation professionnelle et suivre une formation pour renforcer mon niveau de français », raconte ce Britannique. Parallèlement, il devient autoentrepreneur pour donner des cours d'anglais et cumule activité et chômage.

Belle perspective

Réseaux sociaux, bouche-à-oreille... au fil des mois, Gordon Stirling-Whyte constitue un portefeuille de clients varié : des entreprises comme Renault Trucks, l'Université Inter-Ages de Caen, des particuliers dans un rayon de 100 kilomètres autour de son domicile. « J'habite dans le village d'Hermival-les-Vaux qui a l'avantage d'être central par rapport à Rouen, Evreux, Alençon et Caen. » Mais l'autoentrepreneur ne peut déduire ses frais



DR

kilométriques ni exiger le remboursement à ses clients. « Je négocie avec chacun d'entre eux quand la distance est supérieure à 30 kilomètres. » Au final, il parvient à se faire indemniser environ 20 % des 3.000 à 4.000 kilomètres qu'il parcourt chaque mois. De nombreuses heures passées sur les routes avec de trop fréquentes haltes aux stations-service. « Je suis content de ma situation actuelle. Certes, je gagne un peu moins que lorsque j'étais salarié, mais j'ai beaucoup plus de liberté de mouvement et de temps pour ma vie de famille. »

Ce qui lui manque ? Ses anciennes fonctions de recruteur et manager des équipes pédagogiques. Bonne nouvelle : son ancien chef, l'ex-directeur du centre de Caen, a ouvert sa propre école de langues et souhaite ouvrir une antenne à Lisieux. « Il m'a proposé de diriger ce nouveau centre, d'abord en conservant mon statut d'autoentrepreneur. Je garderai parallèlement mes plus gros clients, comme l'université de Caen. » Avec une belle perspective : s'ils réussissent à signer suffisamment de contrats, Gordon Stirling-Whyte deviendra associé et gestionnaire minoritaire salarié.

— Ophélie Colas des Francs

« Je gagne un peu moins, mais j'ai beaucoup plus de temps pour ma vie de famille. »

L'autoentrepreneur, un statut victime de son succès

C'est un record : l'année 2018 a vu près de 700.000 entreprises se créer. Et sur ce nombre, plus d'un quart sont des microentrepreneurs, selon les chiffres de l'Insee. Qui aurait cru, il y a dix ans, lorsque s'est créé le régime de l'autoentrepreneur qu'il aurait un tel succès ? Personne. Même son fondateur, Hervé Novelli, ministre de l'époque, avoue qu'il n'avait pas imaginé pareille postérité.



ANALYSE
Marie Bellan

Ce qui avait été pensé comme un régime de transition, pour tester une activité ou un moyen de compléter ses revenus, a largement dépassé ses deux fonctions – même si elles existent toujours – pour devenir une activité à part entière. Signe que le régime s'est installé dans le paysage économique, les revenus des microentrepreneurs augmentent. Selon les derniers chiffres de l'Acoss, le chiffre d'affaires trimestriel global est en forte progression fin juin 2018 à + 22,9 % sur un an. Il atteint 3.978 euros au deuxième trimestre 2018, sachant que ce revenu peut se cumuler avec une autre activité ou pension de retraite.

Si la microentreprise a changé de dimension, c'est surtout du fait de l'émergence des plates-formes numériques, dont le modèle économique est fondé sur la mise en relation entre un travailleur et un client. Les activités de livraison à domicile, qu'il s'agisse d'e-commerce ou de livraison de repas, ont ainsi augmenté de 116 % en 2018, en grande partie grâce à la microentreprise. Les nouvelles attentes des consommateurs, couplées à la souplesse qu'offre le travail indépendant pour les free-lance eux-mêmes, mais surtout pour ceux qui les font travailler, offrent un

terrain de développement qui pourrait encore croître de manière singulière. Et c'est bien là tout le problème.

« Le risque, c'est d'avoir toute une catégorie de travailleurs qui continue de grandir mais qui est très mal couverte en termes de droits sociaux », souligne Alexis Masse, chargé du sujet à la CFDT, un des rares syndicats à avoir créé une section pour les travailleurs free-lance.

Un tournant

Le travail indépendant, dont l'autoentrepreneur n'est qu'une des facettes, mais une facette qui a tendance à grossir de manière considérable puisque plus d'un million de personnes s'en réclament, est bien en un tournant. « Le monde des indépendants était jusque très récemment un monde où l'on s'établissait, avec un investissement de départ plus ou moins conséquent qui servait de filet de sécurité et que l'on faisait fructifier pour assurer sa retraite. Ce n'est plus du tout le même schéma aujourd'hui. Le patrimoine de départ n'est plus nécessaire, ce qui permet d'ouvrir à un plus large

public ce type de travail, mais l'inconvénient, c'est qu'il n'y a pas plus de protection en cas de pépin », poursuit Alexis Masse.

Le gouvernement a bien créé une assurance-chômage pour les indépendants, mais les conditions d'accès en sont tellement restrictives, pour ne pas plomber les comp-

L'émergence des plates-formes numériques a fait changer de dimension la microentreprise.

Certains souhaitent une requalification en tant que salarié.

tes de l'Unédic, que très peu d'indépendants devraient pouvoir y prétendre. De même, les accidents du travail, nombreux pour les livreurs à vélo notamment, sont très mal couverts.

Cette carence de droits sociaux pousse un certain nombre

d'autoentrepreneurs à demander une requalification en salarié, ce qui a été acté par plusieurs décisions de justice récemment, notamment concernant la société Take Eat Easy ou encore Uber. Ces décisions feront-elles jurisprudence ? Il est encore trop tôt pour le dire. « Est-ce qu'on règle le problème en disant que ces autoentrepreneurs sont des salariés ? Je ne le crois pas, d'autant que les plates-formes et l'économie numérique en général s'adaptent à une vitesse bien supérieure à celle du droit du travail », estime Emmanuelle Barbara, avocate au cabinet August Debouzy. « Cela étant dit, il faut reconnaître qu'en France, on n'est pas protégé si on n'a pas de contrat de travail. On a du mal à se loger, trouver un crédit, voilà le problème. Et c'est une question de société plus que de droit », ajoute-t-elle.

Réforme en préparation

Le gouvernement s'apprête à légiférer sur le sujet, mais peine à trouver le juste équilibre. En durcissant trop les conditions de collaboration entre un autoentrepreneur et une plate-forme, il risque

de tuer le modèle des plates-formes et donc des services proposés. Mais en laissant se développer une catégorie d'indépendants cantonnés dans la précarité, le problème social reste entier.

Faut-il faire cotiser les plates-formes, au risque de les transformer en employeurs ? Faire cotiser davantage les autoentrepreneurs, au risque cette fois de rendre ce régime inaccessible en termes de coût du travail ? Ou encore créer un nouveau statut d'indépendant ? Une autre voie consisterait à créer un compte individuel qui contiendrait le patrimoine social de l'individu, quel que soit son statut, de manière à effacer les frontières entre salarié et indépendant, et permettre davantage de mobilité.

Ce compte existe en réalité, il s'agit du compte personnel d'activité, mais il est encore embryonnaire. Quels droits peuvent y figurer ? Et surtout qui les finance ? Via l'impôt, les cotisations ? Toutes ces questions ne sont pas tranchées, mais c'est bien d'elles que dépend l'avenir des microentrepreneurs notamment. ■

LE TEST DE MARCHÉ

Woodiny, l'audace d'un auto-entrepreneur récompensée



Cyril Fussien

« Je conseille l'autoentreprise pour sa simplicité et sa rapidité mais tout dépend du projet. »

Nœuds papillons en liège, boutons de manchette au motif fleuri... Romain Teillais a fondé, fin 2016, Woodiny, une marque d'accessoires originaux pour homme. Cet autoentrepreneur a remporté, en novembre 2018, le prix Audace du concours organisé par la fondation Le Roch-Les Mousquetaires pour récompenser les autoentrepreneurs.

Consultant en organisation et management le jour dans un grand cabinet conseil, Romain Teillais goûte à l'aventure entrepreneuriale le soir et le week-end. « Je voulais développer quelque chose. Gérer mes deux métiers est un vrai challenge, mais ils se nourrissent l'un l'autre. Mon travail de consultant m'apporte une vraie méthodologie pour m'organiser. Et grâce à Woodiny, je suis devenu plus créatif », affirme-t-il.

Romain Teillais réalise ses accessoires lui-même. « Tout est artisanal. Je me suis formé grâce à des tutos Youtube », s'amuse-t-il. Un ADN made in France qu'il revendique et qui lui a permis de convaincre des clients internationaux puisqu'il réalise 15 % de ses ventes aux États-Unis.

Un choix pleinement assumé

Romain Teillais a opté pour le statut autoentrepreneur, un choix qu'il ne regrette pas. « Les démarches de création ont été très rapides et simples. C'est idéal pour se lancer en toute sérénité. La gestion est également facile avec une déclaration tous les trois mois. » Avec un taux de cotisations sociales à 12,9 % pour la vente de marchandises, ce régime allégé lui a permis de tester son produit et de construire son projet au fur et à mesure. « Pour des

raisons personnelles, j'ai dû fermer pendant trois ou quatre mois et j'en ai rien dû payer. » En effet, lorsque le chiffre d'affaires d'un autoentrepreneur est nul, il n'y a pas de charges sociales à régler.

Un prix qui le lance

Woodiny réalise une vingtaine de ventes par mois avec des prix variant de 20 à 35 euros, une activité encore loin d'atteindre le plafond maximal de chiffre d'affaires à 170.600 euros pour l'achat-vente sous régime autoentrepreneur. « L'idée, à terme, serait de passer à un autre statut pour développer l'entreprise. Je conseille l'autoentreprise pour sa simplicité et sa rapidité mais tout dépend du projet. En étant autoentrepreneur, on ne peut pas récupérer la TVA : on paye les prix TTC. Il faut faire ses calculs pour voir si cela correspond à l'activité. » Romain Teillais a réalisé ses calculs par lui-même en se documentant sur Internet. Une précision toutefois, la franchise de TVA est accordée aux autoentrepreneurs sur la part de chiffre d'affaires en achat-vente inférieure à 82.800 euros.

Le prix Audace est pour Romain Teillais un formidable coup de pub, mais pas seulement. Avec les 4.000 euros de dotation du concours, l'entrepreneur développe son activité en améliorant son site Web, enrichit sa gamme de produits et est présent sur des Salons tels que le Salon du mariage de Paris, sur lequel il a notamment présenté sa nouvelle gamme pour femmes et pour enfants. Romain Teillais envisage de se consacrer pleinement à Woodiny bientôt. « Le but est de voler de mes propres ailes. »

— Laetitia Lienhard

Pour aider votre entreprise à passer du brouillon au projet, nous sommes là.

Le parcours de la création d'entreprise : www.iledefrance.fr/entrepreneur-leader

La Région Île-de-France soutient les entrepreneurs à toutes les étapes pour les aider à bâtir et financer leur projet, ou piloter leur entreprise.

île de France

THE PLACE TO BIZ*

* La région pour entreprendre.

PRATIQUE // Vous tenez l'idée originale qui vous mènera au succès ? Vous n'êtes sans doute pas seul à y avoir pensé. Six conseils pour faire la différence.

L'idée, c'est l'étincelle... Voici comment allumer le feu !



La première idée est rarement la bonne. Le premier produit est rarement celui qui va se vendre du premier coup et vous faire vivre de votre entreprise, mais il vous met sur la voie. Photo Shutterstock

Alizée, trente et un ans, vient me voir un jour pour me parler de son projet entrepreneurial : créer des trekkings culturels en Californie. Elle a une associée prête à s'engager à ses côtés. Toutes les deux ont des idées pour construire des packs découverte entre sport nature et visites culturelles. Elles ont même un nom de marque en tête, et Alizée me parle de tout cela avec des étoiles dans les yeux...

Mon premier réflexe d'entrepreneuse est de faire avec elle une rapide recherche sur Internet pour voir ce qui ressort en termes de mots-clés par rapport à son projet. Je vois sa mine s'effondrer lorsqu'elle découvre, en première ligne des moteurs de recherche, son idée étalée en long et en large sur la page. Une autre société a déjà pensé à la même offre et au même positionnement... mais avant elle.

Si vous aussi, vous avez une idée, aussi innovante soit-elle, sachez qu'au moins dix personnes, et peut-être des centaines, auront eu la même idée que vous en même temps. Pourquoi ? Parce qu'à l'ère des réseaux sociaux, vous captez intuitivement pleins de signaux qui s'entrecroisent avec vos rêves, vos passions, vos expertises et vos valeurs. Il vous suffit d'être en quête de votre idée pour capter ce qui est « tendance » et le transformer à votre manière. En soi, c'est une excellente nouvelle : vous savez écouter ce qui est dans l'air du temps. Rassurez-vous : il y a de la place pour des milliers de déclinaisons. Vous allez gagner du temps sur un marché moyennement occupé par la concurrence, mais où la demande est en train de se développer. Et pour cela, voici mes conseils.

1 ACCEPTER L'IMPERFECTION

L'idée que les entreprises se créent au fond d'un garage sur un concept très innovant relève du mythe moderne. Certaines réussites mondiales ont su capitaliser sur cette image des débuts, mais lorsqu'on y regarde de près, toutes les entreprises innovantes (ou pas) relèvent de multiples tâtonnements jusqu'à ce que le produit rencontre son marché. En cela, Internet est

un merveilleux canal de distribution. Mais rappelez-vous que pour qu'une entreprise fonctionne, la première idée qui a présidé à la fondation de l'organisation doit s'adapter progressivement à la demande réelle du marché. Pour qu'elle dure, elle doit se réinventer sans cesse, en fonction des évolutions du marché et des possibilités technologiques.

2 PENSEZ « DIVERSITÉ »

Les entrepreneurs qui réussissent à vivre de leur projet se retrouvent souvent confrontés à un trop-plein d'idées. Le risque est de choisir la stratégie de la facilité en s'engouffrant dans un enchaînement de nouveaux projets au lieu de trouver la clef pour développer son offre. On appelle cela le « syndrome de l'objet qui brille » et le risque est d'oublier de développer le business qui, lui, fonctionne.

Alors pourquoi, d'un côté, certains ont le sentiment d'être toujours en retard d'une longueur de marché pour démarrer leur entreprise, alors qu'à l'inverse, ceux qui appartiennent déjà au sérail des entrepreneurs et qui croulent sous les objectifs, captent toujours plus d'idées innovantes ? On doit une partie de la réponse au renversement de situation qu'Internet a créé. Le rédacteur en chef du magazine américain « Wired », Chris Anderson, affirmait que presque tout ce qui se trouve sur Internet se vend. Peu importe à quel point cela semble exotique ou superflu. Le marché se développerait donc là où se trouve la diversité plutôt que l'unité.

3 VISEZ LES NICHES

L'entrepreneur américain Chris Anderson a montré que les produits phares ont très peu de chances d'être réellement concurrencés, à moins de faire l'objet d'un phénomène, comme une rupture technologique. Toutes les entreprises qui challengeraient ces produits auraient peu de chances de convertir leurs prospects et alimenteraient plutôt la concurrence en idées innovantes.

En revanche, plus on se cherche un marché de niche, plus on a de chances d'occuper un territoire

potentiellement très rentable. En s'adressant à des cibles très précises et surtout en alliant deux ou trois innovations (format du produit, distribution, conception, communication, etc.), vous répondrez de manière efficace et rentable à des besoins que les best-sellers ne couvrent pas. Pour Anderson, ces marchés de niche représentent ce qu'il appelle « la longue traîne », c'est-à-dire la part de marché où l'on vend à moins de clients à la fois, mais là où il y a le plus de chiffre d'affaires à réaliser.

4 IDENTIFIEZ LES BESOINS DES CLIENTS

Il est plus qu'improbable que toutes les niches soient occupées dans la mesure où nous sommes passés sur un marché de l'offre. Les produits se conçoivent en fonction du retour d'expérience des clients et non en fonction de la capacité d'innovation intrinsèque des entreprises. Pour créer le produit innovant par excellence, il faut tout connaître de ses prospects et suivre leurs besoins pour continuer à les surprendre sans cesse. C'est le principe bien connu de Netflix, qui crée les scripts en fonction d'un échantillon représentatif de spectateurs qui désirent voir évoluer un personnage de telle ou telle manière.

Enfin, il est aujourd'hui courant de vendre plusieurs produits connexes pour augmenter son chiffre d'affaires. Il suffit de créer un territoire de marque autour d'idées et de valeurs que l'on défend. La communication doit alors reposer sur une certaine authenticité, à l'encontre des prescripteurs classiques.

5 CULTIVEZ VOTRE DIFFÉRENCE

Vous ne pourrez pas savoir où sont les bonnes opportunités avant de commencer quelque part. Les entrepreneurs en action trouvent des idées parce qu'ils sont au cœur d'un secteur qu'ils apprennent à mieux connaître chaque jour.

La première idée est rarement la bonne. Le premier produit est rarement celui qui va se vendre du premier coup et vous faire vivre de votre entreprise, mais il vous met sur la voie. Vous devez vous positionner, chercher à vous différen-

cier soit par la cible, soit par la technologie qui vous permet de livrer votre produit, soit par les circuits de distribution, soit par le message que vous portez. L'idéal est souvent de lier deux ou trois de ces moyens en répondant clairement aux problèmes d'une cible clients délaissée par les best-sellers.

6 GARDEZ CONFIANCE

Dans son fameux discours à Stanford en 2005, Steve Jobs explique qu'on ne peut trouver la bonne idée en un jour. C'est plutôt grâce à un enchaînement de circonstances que l'on détecte à un moment donné la bonne idée et le bon marché : « Si je n'avais jamais quitté l'école, disait-il, je ne serais jamais arrivé dans ce cours de calligraphie et les ordinateurs n'auraient peut-être pas cette superbe typographie qu'ils ont aujourd'hui. Bien sûr, à l'époque, il était impossible d'établir un lien. Dix ans plus tard, tout cela était clair. [...] Il faut croire en quelque chose : notre intuition, le destin, la vie, le karma. Car avoir confiance que ce lien se fera dans le futur, nous donne la confiance de suivre notre cœur, même quand il nous entraîne loin des sentiers battus. Et cela fera toute la différence. »

Mais revenons à Alizée ! Son associée et elle ont aujourd'hui développé leur idée. Elles se sont différenciées en créant un univers raffiné à travers leur communication, pour attirer une clientèle à la fois nature et esthète. Elles ont également apporté dans leur offre la découverte de l'histoire des terres parcourues, des plantes et de leurs vertus médicinales que l'on peut rencontrer en se promenant dans les hauteurs californiennes.

Enfin, elles ont proposé à leur clientèle des parcours de découvertes culinaires, pour prolonger les soirées loin des sentiers poussiéreux. Petit à petit, elles ont conquis sur Internet un public hétéroclite de passionnés, dont elles apprennent chaque jour les passions, les rêves et les projets de voyages. De quoi développer en elles, le syndrome de l'objet qui brille.

Isabelle Cham est entrepreneuse, fondatrice de Spark Life Success.

LE CHABOT

I Wheel Share, l'accessibilité à portée de clics

Audrey Sovignet aime aider. La jeune femme de trente-quatre ans trouve ça simplement « beau ». Sa startup, I Wheel Share, vient en aide aux personnes handicapées. Qu'elles soient à mobilité réduite, sourdes, malvoyantes, elles peuvent questionner le chatbot Wilson pour connaître les activités ou les établissements alentours compatibles avec leur handicap.

Grâce à Wilson, un malvoyant saura, par exemple, si le distributeur de billets au coin de la rue possède la fonction audio-description ou s'il y a un ascenseur à la prochaine station de métro. Pendant ses études, Audrey Sovignet n'était pas animée par l'envie d'entreprendre. Elle rejoint un laboratoire pour travailler sur l'identité numérique. Elle y assouvit sa passion pour le digital, puis part se former chez Simplon.co, start-up spécialisée dans l'apprentissage de la programmation et des outils numériques.

Fragilité économique

Mais son frère, de dix ans son cadet, est victime d'un accident et perd l'usage de ses deux jambes. Audrey découvre vite les difficultés rencontrées par les personnes en fauteuil roulant.

Audrey veut l'aider. C'est le début de son aventure entrepreneuriale. Pendant sa formation à Simplon, elle participe à un prix d'entrepreneuriat féminin, « sans vraiment y croire », finit première et décroche un prix de 25.000 euros qui serviront à lancer I Wheel Share fin 2015. Le projet prend d'abord la forme d'une application puis d'un chatbot, plus « user friendly » et qui permet de diffuser davantage d'informations en agrégeant les bases de données d'une multitude d'acteurs.

Potentiel de croissance

Aujourd'hui, Wilson échange régulièrement avec 8.600 personnes. Un chiffre qu'Audrey reconnaît modeste en comparaison des 12 millions de Français en situation de handicap. Mais la jeune entrepreneuse voit ce différentiel plutôt comme un potentiel de croissance.

Seulement l'argent ne coule pas à flots sur cette start-up de l'économie sociale et solidaire qui emploie déjà six personnes. Malgré la pub et les partenariats, le chiffre d'affaires reste limité. Objectif : atteindre les 150.000 euros d'ici à la fin de l'année. « Ça serait un début d'équilibre financier et nous n'aurions plus à prouver que notre solution est viable. » Le prix ESSPoir, décerné par le Boston Consulting Group, est aujourd'hui pour elle une bouffée d'air. L'accompagnement dont elle va bénéficier sera une aide précieuse pour se structurer et gagner en efficacité.

— Florent Vaïret

● L'intégralité de l'article start.lesechos.fr



« Nous sommes la vitrine digitale de leurs séjours. »

LA PLATE-FORME

Kidsvacances fait pivoter son modèle économique

Passer de 200 partenaires à un seul, c'est le choix qu'a fait Benjamin Huau pour permettre à son entreprise de survivre. Ancien créateur de colonies de vacances, cet entrepreneur a lancé, en 2015, Kidsvacances, une plate-forme pour comparer et réserver des séjours pour enfants et adolescents. Avec une équipe de 10 personnes, la start-up se retrouve vite submergée par les appels des parents désirant en savoir plus sur chacun des 200 séjours. « Nous recevions entre 100 et 200 appels par jour, se souvient l'entrepreneur. Nous ne réussissions pas à répondre à toutes leurs questions. Notre taux de conversion était très faible, de seulement 0,2 % ».

Malgré une levée de fonds de 60.000 euros en 2016, qui permet de recruter et d'améliorer le référencement du site, le taux de conversion de clients reste trop bas pour que Kidsvacances puisse être rentable. En 2017, Benjamin Huau décide alors de changer radicalement. L'entrepreneur recherche un

partenaire proposant des séjours, tous agréés par la direction départementale de la cohésion sociale, mais surtout pouvant prendre en charge la relation client. Le rapprochement se fait avec AVEA La Poste. A l'origine, cette association gère les colonies de vacances des enfants de postiers. Mais depuis trois ans, elle s'est ouverte à tous. Benjamin Huau a mis en avant son expertise pour les convaincre.

Une expertise garantie

Mission réussie puisque depuis septembre 2018, AVEA La Posteloue de manière annuelle de la plate-forme. Kidsvacances propose aujourd'hui uniquement les séjours de l'association. « Nous sommes la vitrine digitale de leurs séjours », affirme Benjamin Huau. L'effectif de la société est passé de 10 à 4 personnes et c'est l'association qui se charge de répondre aux appels des parents et de garantir une certification.

Kidsvacances a donc un seul partenaire, une telle dépendance peut se révéler être une situation fragile. « La Poste n'a pas acheté de parts dans la société. Nous voulions mettre en place un contrat de cinq ans, mais finalement on a signé pour une année de test où nous devons atteindre des objectifs de séjours vendus », admet l'entrepreneur. La start-up aurait atteint d'ores et déjà 60 % de ses objectifs.

— Laetitia Lienhard

Qu'êtes-vous prêts à perdre en plus de votre emploi ?

Depuis 40 ans la GSC protège les femmes et les hommes créateurs d'emploi

Retrouvez-nous au Salon
des Entrepreneurs de Paris
stand 122
6 et 7 février 2019
Palais des Congrès



www.gsc.asso.fr



GSC
L'assurance
perte d'emploi
des dirigeants
et des entrepreneurs

1979
2019

SALON DES ENTREPRENEURS - 6 & 7 FÉVRIER

Tous entrepreneurs !

La 26^{ème} édition du Salon des Entrepreneurs ouvre ses portes aujourd'hui au Palais des Congrès de Paris. Plus de 65 000 jeunes créateurs, start-up, indépendants et dirigeants de TPE-PME sont attendus à cet événement qui s'annonce comme le grand rendez-vous business et networking de ce début d'année.



CHIFFRES CLÉS

65 000 entrepreneurs
200 conférences & ateliers
300 exposants & espaces conseils
2 000 experts & intervenants mobilisés

Photo © Fourchu, Mowand

VALÉRIE PÉCRESSE, Présidente de la Région Ile-de-France

Soutenir l'entrepreneuriat régional



Photo Région Ile-de-France

Avec près d'un tiers des créations d'entreprises de notre pays, l'Ile-de-France confirme sa vocation de terre d'entrepreneuriat. Pourtant, malgré cette ferveur entrepreneuriale qui ne se dément pas depuis plusieurs années, nos entreprises franciliennes ont souvent un problème de croissance et ont du mal à dépasser le stade de la simple création, alors que c'est leur développement qui va être très créateur d'emplois. L'accompagnement des entrepreneurs nous occupe de manière primordiale pour rattraper ce retard.

Chaque Francilien doit avoir les moyens de se lancer et d'être accompagné en fonction de son projet. C'est tout le sens de notre nouveau dispositif « Entrepreneur #LEADER », qui s'adresse à tous ceux qui viennent de créer, de reprendre une entreprise ou envisagent de le faire. C'est un parcours coordonné, adapté à tous les moments clés de la vie d'une entreprise : en amont de la création, lors du premier financement et jusqu'à la phase post-crédation de l'entreprise pendant trois ans. La Région cible aussi des publics spécifiques, comme

par exemple, les femmes, les personnes issues des territoires fragiles, les demandeurs d'emploi.

L'objectif est d'arriver à un taux de pérennité des entreprises franciliennes de 60% à 5 ans et d'accompagner 25 % des créateurs et repreneurs franciliens, soit 15 000 par an.

La bataille que nous menons pour créer de l'emploi dans notre Région passe aussi par l'accompagnement et le soutien à nos créateurs d'entreprise.



LE CHIFFRE

15
MILLIONS

15 millions de français souhaitent créer leur entreprise, soit près de 1 personne sur 4 !

Chiffre issu de l'enquête menée par OpinionWay pour l'UAE dans le cadre de son observatoire co-édité avec la Fondation Le Roch-Les Mousquetaires.

NICOLAS DUFOURCQ,
Directeur Général
BpifranceBooster
l'entrepreneuriat

L'ensemble des missions de la Caisse des Dépôts (CDC) en faveur de la création d'entreprise, ainsi que celles de l'Agence France Entrepreneur (AFE), sont depuis le 1er janvier 2019, assurées par Bpifrance.

La France peut être fière ! L'Europe nous envie nos taux de naissance, et pas seulement démographiques. L'an passé, 700 000 entrepreneurs se sont lancés, un record depuis 2010 !

Nous savons tous l'importance de la création dans le renouvellement du tissu économique. Mais pour que la forêt de bonsais ne végète pas, il faut l'accompagner, comme le ferait un coach, pour faire émerger ceux qui ont soif de croissance. On ne le fera pas seul mais avec les réseaux d'accompagnement, leurs 1500 points d'accueil de proximité, leurs centaines de collaborateurs et leurs milliers de bénévoles. Soutenir l'entrepreneuriat est un bon levier pour lutter contre le creusement des inégalités territoriales. 30 000 créations se font dans les territoires fragiles ! Il en faudrait bien plus.

La volonté de Bpifrance est là : que les porteurs de projet puissent, où qu'ils se trouvent, accéder à l'ensemble des dispositifs dédiés, de l'information opérationnelle au financement et à l'accompagnement ciblé. Ce sont des ambitions très fortes. Nous proposons de les partager avec tous ceux qui connaissent ces territoires et leurs entrepreneurs pour emporter, enfin, la mise du développement.

CHARLES-RENÉ TANDÉ, Président de l'Ordre des Experts-comptables

Accompagner la croissance des entreprises



Dès la création, il est important de faire les bons choix pour favoriser le développement à venir de l'entreprise.

L'expert-comptable est le principal conseil de proximité des dirigeants pour les accompagner dans la définition de leur projet et la stratégie de leur entreprise. Pour trouver ce professionnel de confiance, l'Ordre propose sur www.business-story.biz une mise en relation avec des experts-comptables volontaires offrant aux créateurs trois rendez-vous pour étudier la faisabilité de leur projet et ce, sans engagement ultérieur.

Pour identifier le potentiel de l'entreprise, l'expert-comptable peut aussi inviter les dirigeants à réaliser en ligne un auto-diagnostic, pour faire le

point sur le projet de création, de développement de l'entreprise, sa transition numérique, son financement, ses relations avec ses fournisseurs, son projet à l'international ou de transmission... Une fois le questionnaire renseigné, la fiche de synthèse à laquelle chacun accède, permet de définir un plan d'actions à mettre en œuvre pour réaliser le projet d'entreprise.

Pour bénéficier d'un autodiagnostic, il suffit de se rapprocher de son expert-comptable !



Photo © F. Dubureau-CCI Paris Ile-de-France

DIDIER KLING,
Président de la CCI Paris
Ile-de-FranceConnectons
nos TPE/PME
au digital

Cloud computing, big data, e-business, uberisation, réseaux sociaux... la transformation numérique bouleverse les règles du jeu économique mais offre aussi à nos entreprises de nouvelles perspectives de croissance.

Les TPE/PME qui représentent la majorité de notre tissu économique ont, elles aussi, tout à gagner dans cette révolution digitale à condition d'en percevoir toutes ses implications. La transformation digitale oblige en effet chaque entreprise à repenser sa stratégie, sa chaîne de valeur, son organisation et sa relation client.

Pour accompagner les entreprises dans cette démarche, la CCI Paris

Ile-de-France a développé, avec Les Digeurs, un bouquet d'offres et de services que nous avons voulu le plus complet et innovant possible : une plateforme web, qui a pour mission première de présenter des parcours de digitalisation appropriés pour chacune des grandes fonctions de l'entreprise, des open-spot déployés dans nos huit départements qui permettent à nos entreprises, à travers des ateliers et des conférences, de mieux s'approprier ces nouvelles technologies. Nous mettons également à la disposition des PME des conseillers dédiés pour les accompagner individuellement dans leur démarche de transformation numérique.



Les temps forts du salon portés par 150 personnalités inspirantes...

DÉBAT D'OUVERTURE

Let's do it ! Idées et tendances pour créer et se développer en 2019.

Mercredi 6 Février - 11h00 à 12h30

INTERNATIONAL

French Touch : secrets et bonnes pratiques pour vendre et cartonner à l'étranger.

Mercredi 6 Février - 14h30 à 16h00

START UP FACTORY

Comment faire décoller sa start-up ? Cas pratiques pour décrypter les enjeux et leviers du développement.

Mercredi 6 Février - 14h30 à 16h00

LES SPEAKERS

Tous entrepreneurs ! Parcours et confidences d'entrepreneurs audacieux.

Mercredi 6 Février - 16h30 à 18h00

FREELANCES & INDÉPENDANTS

Comment se lancer et travailler seul efficacement ?

Jeudi 7 Février - 11h00 à 12h30

LE GRAND DÉBAT

Change Makers ! Témoignages d'entrepreneurs disruptifs et inspirants.

Jeudi 7 Février - 11h00 à 12h30

ESS

Entreprendre autrement et changer le monde, c'est possible !

Jeudi 7 Février - 14h30 à 16h00

FINANCEMENT

Entrepreneurs : panorama des solutions de financement pour votre projet.

Jeudi 7 Février - 14h30 à 16h00

CRÉATION D'ENTREPRISE

Les 10 clés pour réussir sa création d'entreprise.

Jeudi 7 Février - 16h30 à 18h00

CLOTURE

Jeunes & Entrepreneurs, ils osent tout !

Jeudi 7 Février - 16h30 à 18h00

Programme complet sur salondesentrepreneurs.com

Inscription gratuite sur salondesentrepreneurs.com

MARCHÉ // Stop au jeunisme ! En France, 17 % des créations d'entreprises individuelles sont le fait d'entrepreneurs de plus de 50 ans. Mais se lancer dans l'aventure n'est pas une décision facile à prendre.

Les défis des « quinquapreneurs »

Se lancer dans la création d'une entreprise à plus de cinquante ans ? Et pour quoi pas ! L'univers des start-up n'est pas un domaine exclusivement réservé aux étudiants et aux jeunes professionnels. La preuve, en 2018, plus de 66.000 « seniors » ont créé une entreprise individuelle (EI) soit 17 % du total des créations en EI, selon l'Insee. Et il est dommage qu'on ne dispose pas de données sur l'âge des associés dans les créations de sociétés, des projets souvent plus ambitieux qui nécessitent plus d'expérience et de capitaux... deux des points forts des plus de 50 ans.

Nathalie Baudry appartient à cette catégorie des « quinquapreneurs ». A cinquante-trois ans, après une carrière de salariée, elle a créé son cabinet de conseil spécialisé dans la conformité bancaire, CompHigher. « J'avais besoin d'indépendance, d'autonomie, de reconnaissance et j'avais toujours voulu entreprendre », explique l'entrepreneuse.

Cinquante ans, c'est l'âge où la pyramide des responsabilités se rétrécit. En clair, où la plupart des carrières professionnelles plafonnent alors que ces cadres seniors ont encore une quinzaine d'années à travailler devant eux. « Ils ne se sentent plus valorisés dans leur entreprise », confirme Isabelle Cham, coach en transition entrepreneuriale. « Se lancer dans l'entrepreneuriat leur permet de se rechallenge, de retrouver une sorte de puissance et, à cinquante ans, ils comprennent que c'est maintenant ou jamais. »

Un soutien familial indispensable

Mais se lancer est une décision pas toujours facile à prendre, notamment pour des raisons financières. « Je gagnais très bien ma vie, j'étais habituée à un certain niveau de



Pour se prémunir de l'échec, les seniors peaufinent parfaitement leur projet avant de se lancer. Photo Shutterstock

vie. Quand on se lance, c'est difficile de prendre un tel risque. Si je n'avais pas été allocataire à Pôle emploi, je n'y serais pas allé », affirme Nathalie Baudry. Les seniors bénéficient d'un filet de sécurité avantageux : entre 53 et 55 ans, les allocations-chômage sont de deux ans et demi, et après 55 ans, de trois ans.

Comme pour tout porteur de projet, le soutien de leur famille est un préalable indispensable. « Je me

« Ils ont la force de l'expérience, un capital financier et un réseau professionnel. »

SÉBASTIEN DOTTIN
Vice-président de BGE

suis posé beaucoup de questions mais mon mari m'a poussé à me lancer et c'est ce que j'ai fait », confirme Nathalie Baudry.

Une fois lancés, les « quinquapreneurs » possèdent de nombreux atouts à mettre en avant. « Ils ont la force de l'expérience, un certain capital financier et surtout un important réseau qu'ils ont construit au cours de leur carrière », explique Sébastien Dottin, vice-président de BGE. Un réseau que l'on doit solliciter surtout lorsque les entrepreneurs se lancent dans le même secteur d'activité que leur carrière professionnelle, ce qui fut le cas pour Nathalie Baudry. « Ce sont des personnes de mon réseau qui m'ont confié mes premières missions. Ils me font confiance et je leur vends l'expertise que j'ai capitalisée durant mes années de carrière », explique-t-elle.

Grosse prise de risque

La reconversion et la reprise d'entreprise sont deux alternatives à la création. « Le but est avant tout de se réaliser dans leur dernière partie de vie professionnelle et de mener un projet qui les passionne », affirme Sébastien Dottin. Mais dans ces deux cas, la prise de risque financière est parfois encore plus importante. Ce qui pousse les seniors à peaufiner parfaitement leur projet avant de se lancer. « Les entrepreneurs de plus de cinquante ans sont réfléchis et prudents. C'est un atout tant qu'ils restent dynamiques », affirme le business angel Arnaud Boullery.

Ce perfectionnisme des quinquas s'explique aussi par leur volonté de se prémunir de l'échec. Car ils ont le sentiment de n'avoir plus le droit à l'erreur. « Monter son entreprise prend du temps et en cas d'échec, il est difficile de retourner sur le marché du travail car on est encore plus âgé », conclut Nathalie Baudry, lucide et enthousiaste. — L. L.

INTERVIEW OLIVIER DE LA CHEVASNERIE PRÉSIDENT DE RÉSEAU ENTREPRENDRE

« 47 % des seniors se tournent vers la reprise d'entreprise »



Propos recueillis par Laetitia Lienhard

1 Quels constats dressez-vous sur les entrepreneurs de plus de 50 ans ?

En dix ans, la proportion des créateurs de plus de 50 ans accompagnés par Réseau Entreprendre* est passée de 8 % à 11 % et, pour les repreneurs, de 17 % à 23 %. Concernant l'activité, on retrouve plus de seniors dans le secteur industriel : 22 % contre 10 % chez les jeunes de moins de 30 ans. Les seniors souhaitent mettre leur expérience au service d'une entreprise qui pourra grandir et-ou retrouver un nouveau souffle. Ce qui explique que les seniors s'orientent beaucoup vers la reprise : 47 % des personnes de plus de 50 ans dans notre réseau sont des repreneurs d'entreprise.

2 Pourquoi se tournent-ils vers la reprise ?

A plus de 50 ans, ils se sentent capables de reprendre une entreprise. Leur cœur de cible est une entreprise d'environ 20 personnes qui réalise 3 millions d'euros de chiffre d'affaires. Reprendre une entreprise plutôt que de créer vise aussi à pouvoir se verser un salaire plus rapidement. Les seniors ont souvent l'avantage de disposer d'un apport financier plus important que de jeunes repreneurs ce qui leur permet d'envisager la reprise.

3 Quelles différences percevez-vous entre jeunes et seniors ?

Les entrepreneurs de plus de 50 ans ont de la maturité, de l'expérience et de la méthode. Pour les investisseurs, c'est plutôt rassurant. Au niveau financier, ils ont souvent quelques économies à investir et se sentent prêts à oser l'entrepreneuriat ; c'est une forte prise de risque car si leur projet échoue, ils peuvent perdre beaucoup. Aussi, les entrepreneurs de plus de 50 ans tentent de mieux maîtriser leur projet pour limiter les risques.

* Panorama 2017 réalisé par Réseau Entreprendre auprès d'un panel de 4.671 entrepreneurs accompagnés entre 2011 et 2017.

SE RECONVERTIR

A 57 ans, Jean-François Génasi devient cordonnier

Des voitures aux chaussures, c'est le parcours inattendu de ce cadre commercial. Après une longue carrière dans la vente chez Renault, Jean-François Génasi s'est reconverti dans la cordonnerie. Il a ouvert en mars 2014 L'Artisan Cordonnier, sa boutique dans le centre de Bondues, dans le Nord. Après un licenciement en 2011, à l'âge de 54 ans, les perspectives de retrouver un emploi s'annonçaient compliquées. « J'avais peur de perdre confiance en moi si je ne réussissais pas à retrouver de travail. J'avais toujours pensé à ouvrir une cordonnerie, j'ai toujours admiré ce métier. C'était le moment de se lancer », raconte Jean-François Génasi. Le futur entrepreneur commence à bâtir son dossier, le jour de la réception de sa lettre de licenciement. Il suit une formation, financée par la région Pays de la Loire, d'une année en cordonnerie. « J'ai retrouvé une vie étudiante à plus de 50 ans. C'est très enrichissant, ça permet de prendre du recul », s'amuse-t-il.

Une nouvelle jeunesse

Accompagné par le réseau BGE, il ne tarde pas à ouvrir sa propre cordonnerie, trois mois après la fin de sa formation, en mars 2014, dans la banlieue lilloise, à Bondues. « Grâce à mon expérience professionnelle, j'ai su bâtir un plan d'actions et j'étais très structuré. Je me suis appuyé sur

mon réseau et je n'ai pas eu peur d'aller taper aux portes », se remémore l'entrepreneur.

Grâce à ses indemnités de chômage qu'il a touchées pendant trois ans, Jean-François Génasi a pu commencer sereinement sa nouvelle aventure sans se verser de salaire la première année. Sans non plus avoir peur : ses enfants étaient déjà grands et ses besoins financiers étaient moindres. « Entreprendre ne m'a pas paru difficile parce que je savais exactement ce que je voulais faire. J'avais un projet que j'aimais et qui me ressemblait. C'est ce qui m'a permis de réussir. » Presque cinq ans après sa reconversion, Jean-François Génasi se réjouit de s'être lancé. « C'est vrai que je gagne moins bien ma vie qu'avant, mais j'adore ce que je fais. C'est un travail très valorisant. Tous les matins, j'ai envie d'aller travailler. » Le cordonnier apprécie sa nouvelle indépendance. Très autonome, il n'envisage pas non plus de recruter pour pouvoir conserver sa liberté. — L. L.



« Tous les matins, j'ai envie d'aller travailler. »

REPRENDRE

A 59 ans, Philippe Gros a repris Loopgrade

A trois ans de la retraite, plutôt que d'étudier la philosophie et les civilisations africaines, sa deuxième passion, Philippe Gros choisit l'aventure entrepreneuriale. A 59 ans, ce cadre commercial décide de reprendre Loopgrade, un cabinet de conseil en télécommunications auprès des collectivités territoriales. Après une longue carrière dans des groupes de télécoms, en 2015, il bénéficie d'un plan de départ. « A presque 60 ans, la perspective de retrouver un autre emploi est très compliquée, explique-t-il, lucide. La création d'entreprise est un processus assez long, alors je me suis intéressé à la reprise d'entreprise. » Philippe Gros suit une formation de trois semaines auprès de Cédants et Repreneurs d'Affaires (CRA) pour étudier tous les aspects d'une reprise d'entreprise.

« Je me suis aperçu qu'il y avait énormément d'entreprises à reprendre. Il y a un vrai potentiel. » Philippe Gros a étudié une trentaine de dossiers et a rencontré une dizaine de dirigeants... Son choix s'est porté sur Loopgrade, créé en 2001 à Montigny-le-Bretonneux (Yvelines) et dont le fondateur prenait sa retraite. « J'ai choisi de reprendre Loopgrade, car les besoins de communication des collectivités sont en pleine croissance. Le marché a un vrai potentiel. » Rester dans son domaine d'activité a été une motivation supplémentaire. « Il

faut avoir des compétences et des connaissances dans le domaine de l'entreprise reprise. Cela apporte de la crédibilité. »

Le droit à l'erreur

Accompagné par le Réseau Entreprendre, le processus a duré un an. Le repreneur n'a rencontré aucune difficulté pour se financer. « Sur cinq banques contactées, trois m'ont fait des propositions intéressantes. J'ai pris du temps pour monter mon dossier et j'étais moi-même convaincu par mon projet, ça a beaucoup compté », reconnaît-il. Depuis son arrivée à la direction de Loopgrade, l'entreprise est passée de 6 à 10 salariés et une croissance externe est envisagée. Philippe Gros apprécie « avoir les manettes et l'autonomie de la décision ». Ce nouveau chef d'entreprise reconnaît rencontrer certaines difficultés. « Pas là où on les attend ! La principale difficulté est la résistance au changement et le fait qu'à mon âge, on a moins le droit à l'erreur que lorsqu'on est plus jeune. » — L. L.



« Avoir les manettes et l'autonomie de la décision. »

S'ASSOCIER

A 50 ans, Barbara Lissak s'associe avec un junior

Se lancer dans l'entrepreneuriat après 50 ans peut surprendre, surtout lorsque l'on crée son entreprise avec un jeune de vingt et un ans. C'est le choix de Barbara Lissak, créatrice de Capharnaüm en 2018, une plate-forme de mobilier vintage pour enfants. Elle recrute en stage un étudiant en communication, Paul Chatton, pour une durée de six mois. Puis, elle lui propose de devenir son associé. « Nous sommes complémentaires. J'ai un réseau et de connaissances dans la communication traditionnelle, tandis qu'il est plus à l'aise avec les outils digitaux », raconte Barbara Lissak.

Cette différence d'âge de près de trente ans est une force pour ce duo d'entrepreneurs, qu'ils n'hésitent pas à mettre en avant. « Les gens sont étonnés de nous voir pitcher ensemble, mais c'est un vrai atout. Ils sont rassurés par mon expérience qui est contrebalancée par son énergie. Ça nous donne de la crédibilité », se réjouit l'entrepreneuse. Barbara Lissak a décidé de quitter son emploi, après vingt ans passés à la direction de la communication des Hôpitaux de Paris (APHP). « J'étais frustrée par le monde de l'entreprise et la fonction publique. Il y a peu de place à la prise d'initiative et à la créativité. » A cinquante ans, ses enfants sont grands, et Barbara Lissak veut s'épanouir professionnellement tout en conservant un certain revenu. « Je me

suis d'abord tournée vers des activités rémunératrices, et je travaillais à temps partiel sur Capharnaüm depuis début 2017. Mais je suis en train d'arrêter la partie consulting. Ce n'est pas tenable », explique l'entrepreneuse.

Accompagnement réussi

Malgré ce rythme de vie professionnelle effréné, Barbara Lissak se réjouit de ses choix. Capharnaüm serait même rentable depuis deux mois. « J'apprécie vraiment la liberté de m'organiser et de prendre par moi-même les décisions sans devoir me justifier, surtout après une carrière en entreprise. » Très soutenue par son entourage, l'entrepreneuse considère ce défi entrepreneurial comme une véritable « cure de jouvence ». D'abord accompagnée par Incub'Essca (incubateur parisien de l'école Essca) puis par Créative Valley (réseau d'incubateurs du Val-de-Marne), Barbara Lissak compte proposer de nouveaux services et de nouveaux produits. — L. L.



« J'apprécie de prendre les décisions sans devoir me justifier. »

PODCAST // Faut-il du courage pour entreprendre ? Les entrepreneurs Charline Goutal, Sally Bennacer, Benjamin Gagnault et Axel Dreyfus ont partagé leurs expériences et leurs sentiments sur la thématique du courage.

Entrepreneurs, ces héros contemporains

Laetitia Lienhard
et Marianne Mercier

Dans l'imaginaire collectif, l'entrepreneur est souvent considéré comme une figure héroïque : créateur d'activité, de valeur économique pour lui-même et son écosystème, propulseur d'innovation... L'entrepreneur apparaît alors comme un être solitaire, animé d'une passion indéfectible, capable de mener à bien ses idées. La prise de risque inhérente à l'entrepreneuriat renforce cette vision : de lourdes responsabilités reposent sur ses épaules : la réussite du projet, son développement, la pérennité des emplois qu'il ou elle crée. Et de toutes les qualités qu'on reconnaît aux entrepreneurs, le courage est l'une de celles qui arrivent en tête de liste.

L'entrepreneur Axel Dreyfus se souvient parfaitement d'un de ces moments où il a dû vaincre sa peur et rassembler tout son courage : « Je me suis retrouvé dans une situation d'échec qui était la première de ma vie. J'ai eu besoin de courage pour rebondir et être capable de me relever. » C'était en 2013, l'entrepreneur fermait Axalot, l'entreprise qu'il avait créée six ans plus tôt. Après une traversée du désert, Axel Dreyfus a rebondi en fondant Finamatic en 2015, entreprise qui, depuis notre enregistrement a, elle aussi, été placée en liquidation judiciaire.

Le choc d'une épreuve est une chose mais prendre de manière répétée des décisions pour son ave-



nir et celui de ses salariés en est une autre. « Le moment où j'ai dû changer de stratégie a été un moment très difficile, confirme Sally Bennacer, entrepreneuse depuis dix-huit ans, fondatrice d'Art and Blind, qui emploie 4 personnes. Les risques sont plus grands parce que j'ai une équipe avec moi. Psychologiquement, c'est plus dur. »

Chacun agit à son échelle

Le courage du quotidien est l'un des thèmes abordés par le philosophe Paul Nizan. Pour lui, le courage n'est pas de viser la gloire et ni de se faire remarquer par un geste exceptionnel et grandiose. Il renvoie à un acte quotidien et constant, sans intermittence, où chacun agit à son échelle. « J'ai la sensation d'avoir plus de courage aujourd'hui dans chaque petite décision du quotidien que lorsque j'ai lancé Ma P'tite Culotte parce que je sais quels impacts vont avoir



mes décisions sur mes salariés ou sur mes partenaires », approuve Charline Goutal, fondatrice de la marque de lingerie originale Ma P'tite Culotte à l'âge de vingt-cinq ans.

Pour la philosophe Hannah Arendt, le fait d'agir dans le monde, d'avoir la hardiesse de s'exposer, est un acte de courage en soi. Le courage de commencer fait déjà de nous quelqu'un de courageux. Une

Sally Bennacer (Art and Blind), Benjamin Gagnault (Ornikar), Charline Goutal (Ma P'tite Culotte), Axel Dreyfus (Finamatic). Photos : DR



idée proche de celle de la philosophe contemporaine Cynthia Fleury(*) : « le courage est sans échec possible, car ce qui compte dans le courage, ce n'est pas le résultat mais l'acte. Le courage réhabilite tous les échecs possibles. »

Le courage de commencer fait déjà de nous quelqu'un de courageux.

Pour ceux et celles qui entreprennent et ambitionnent par leurs actes de changer leur monde, et pourquoi pas le monde, il s'agit alors de repenser la notion même d'échec et de la relativi-

ser. « Quoi qu'il arrive, cette expérience aura été une source d'apprentissage colossale. Même en cas d'échec, je me servirai de ces compétences, de ce réseau dans un autre projet. Je suis là pour gagner, mais je ne réussirai que si je n'ai pas peur de perdre », approuve Benjamin Gagnault, fondateur en 2014 d'Ornikar, une auto-école 100 % numérique.

La vertu fondamentale

Chez les philosophes classiques, et notamment chez Aristote, le courage apparaît comme une vertu fondamentale, une qualité morale à la base de toutes les autres. Sans courage, pas de prudence, ni de sagesse. Ce qui convient bien aux entrepreneurs qui ne sont, généralement, ni des casse-cou ni des flambeurs, mais plutôt des êtres prudents, dont la mission est de minimiser le risque.

Avec l'ensemble de ces nuances apportées par la philosophie et les entrepreneurs eux-mêmes, le courage apparaît donc comme un moteur. « Pour moi, il y a le courage, le travail mais surtout la curiosité, cette soif d'explorer de nouveaux territoires. Être curieux est vraiment mon moteur pour entreprendre », nuance Axel Dreyfus. Sans être la force motrice absolue de l'entrepreneur, le courage serait plutôt le lien entre toutes les autres qualités.

(*) Cynthia Fleury « Le courage du commencement », *Etudes*, vol. janvier, n°1, 2014, pp. 57-66.

Phil-Up, le podcast qui allie business et philo

Autour de la philosophe Marianne Mercier, quatre entrepreneurs débattent du courage : Charline Goutal, fondatrice de la marque de lingerie originale Ma P'tite Culotte à l'âge de vingt-cinq ans ; Sally Bennacer, créatrice en 2000 d'une entreprise spécialisée dans la vente de stores Art and Blind et lauréate en 2002 du concours Talent des Cités récompensant les entrepreneurs des quartiers populaires ; Benjamin Gagnault, fondateur en 2014 d'Ornikar, une auto-école 100 % numérique ; Axel Dreyfus, serial entrepreneur dans le Web, une plateforme d'aides à la recherche de financements publics en 2015.

Ecoutez ce podcast sur echo.st/m326677

bpifrance
SERVIR L'AVENIR

**CRÉATEURS D'ENTREPRISE
TENTEZ VOTRE CHANCE,
ON VOUS AIDE
À LA TROUVER !**

Retrouvez-nous au Salon des Entrepreneurs de Paris, 6 & 7 février 2019



bpifrance-creation.fr

Continue,
#TraceTaRoute
sur les réseaux sociaux

