J'OUVRE MA **BOÎTE**

Vincent REDRADO
Dominique RESTINO
Bénédicte SANSON

JEUNES, CRÉEZ VOTRE ENTREPRISE !



Mon premier job : entrepreneur ! Le parcours, de l'envie au lancement

DUNOD

J'OUVRE MA **BOÎTE**

Vincent REDRADO
Dominique RESTINO
Bénédicte SANSON

JEUNES, CRÉEZ VOTRE ENTREPRISE !



Mon premier job : entrepreneur ! Le parcours, de l'envie au lancement

DUNOD

« J'ouvre ma boîte » est une collection créée en partenariat avec le Salon des micro-entreprises et Place des réseaux, le web magazine des entrepreneurs en réseau.

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.
Le Code de la propriété intellectuelle du 1er juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.
Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2015
5 rue Laromiguière, 75005 Paris
www.dunod.com
ISBN 978-2-10-074110-6

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).
Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Préface

Olivier Mathiot
Cofondateur et président de PriceMinister
Président de France Digital

Jeune et entrepreneur ? La gageure !

En discutant avec les auteurs de cet ouvrage, je me suis très vite posé la double question suivante : faut-il entreprendre jeune ? Et être jeune est-il un défaut ou une qualité pour un entrepreneur ?

Lors d'un voyage dans la Silicon Valley, temple légendaire de l'entrepreneuriat technologique, j'ai réalisé qu'il existait un mythe américain du jeune entrepreneur. Il y a en effet une série statistique qui tend à démontrer un schéma répétitif et gagnant, celui de deux jeunes entrepreneurs qui se rencontrent étudiants à Stanford (William Hewlett, David Packard, Steve Jobs, Larry Page, Sergueï Brin…) ou Harvard (Bill Gates, Steve Ballmer, Mark Zuckerberg…). Parfois, entraînés par la passion et par le succès, ils abandonnent leurs études avant même d'être diplômés, choisissant donc l'école de la vie en entreprise. Et dans de nombreux cas, deviennent de grandes fortunes, des personnalités reconnues et des exemples.

En observant cette tendance psychosociologique, y compris en France depuis plus récemment, et à force d'investir en tant que *Business Angel*, j'en ai déduit un théorème, celui de l'« exemplarité entrepreneuriale ». En effet, on observe que des vocations

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

de créer son entreprise naissent et s'agrègent fréquemment à la suite de succès positifs et médiatiques. L'exemple fait naître l'inspiration. C'est en cela que Stanford aux États-Unis ou HEC en France ont su enclencher des cercles vertueux. De plus en plus d'écoles ont suivi cette dynamique : des premiers entrepreneurs inspirent les promotions suivantes, leur montrent l'exemple. L'image positive qu'ils véhiculent s'accompagne d'écoute, de conseils et de mentoring, d'*angel investments* aussi bien sûr. Cette exemplarité ressemble en tout point à ce que l'on peut constater après une grande victoire sportive inspirante (Yannick Noah en 1983 ou l'équipe Bleu-blanc-beur en 1998…) : les vocations suivent, les inscriptions dans les fédérations s'envolent !

Ce phénomène culturel permet d'entraîner une véritable mutation des mentalités françaises : cette chaîne vertueuse est essentielle si l'on veut sortir la France de la spirale infernale du chômage 1.0. Elle permet de valoriser l'entrepreneuriat dans les familles et dans les écoles et donc de rendre possible culturellement un état d'esprit entrepreneurial. Il s'agit alors de gagner une bataille sociale essentielle : celle des idées préconçues. Oui, la valeur n'attend pas toujours le nombre des années, mais non, il n'est pas facile d'entreprendre : le goût de l'effort, l'endurance, la créativité et le sens des chiffres et du business ne sont pas donnés à tout le monde.

Bien entendu, on peut entreprendre plus âgé, avec le recul de l'expérience – encore heureux ! Mais les jeunes bénéficient de deux atouts essentiels : l'agilité de leur position, qu'on finit par perdre car l'âge entraîne une certaine inertie sociale, des contraintes familiales et financières ; mais aussi la spontanéité qui permet de déplacer les montagnes plutôt que trouver des raisons de ne pas le tenter. C'est en cela que mon mantra est la fameuse citation de Mark Twain en exergue de *Tom Sawyer* : **« Ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait. »**

Préface

Nicolas Dufourcq

Directeur général de BPI France

Je dis souvent que la France est aujourd'hui une Californie qui s'ignore. Jusqu'à récemment, si je n'étais pas le seul à le penser, peu de monde le disait. Bien sûr, quelques chefs d'entreprises français talentueux faisaient passer ce message, parfois depuis longtemps, et, surtout, agissaient en conséquence. L'exemple le plus connu est celui de Xavier Niel qui a créé l'École 42 pour sélectionner, former et faire émerger de nouveaux talents qui déploieront leur génie dans les métiers liés aux nouvelles technologies ou qui rachète la Halle Freyssinet pour en faire le plus grand incubateur de start-up du numérique en Europe. Avant-hier atteints par le *french bashing* et bousculés par la révolte des « pigeons », hier interrogés par des observateurs étrangers au regard perçant[1] (rappelez-vous, nul n'est prophète en son pays…), et aujourd'hui heureux de voir que l'atmosphère et le discours ambiants changent[2], une part crois-

1. En février 2015, à l'issue d'une rencontre avec le Premier ministre Manuel Valls, John Chambers, le P-DG de Cisco, faisait part de ses impressions sur l'écosystème du numérique français de la manière suivante : « *France is the next big thing* ».

2. *Cf.* la tribune publiée par le collectif de chefs d'entreprises innovantes « Reviens Léon » dans *Le Monde* du 26 mai 2015 (www.reviensleon.com).

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

sante des décideurs de notre pays prend (enfin !) conscience de cette réalité. Au-delà de l'écosystème des créateurs et chefs d'entreprises innovantes, hommes et femmes politiques, patrons du CAC 40 et chefs de nombre d'entreprises de taille intermédiaire, responsables du monde financier, universitaires et chercheurs sentent bien qu'aujourd'hui, la France possède de formidables atouts pour réussir dans le monde de la 3e révolution industrielle. Et surtout, qu'elle doit s'en saisir et les valoriser.

Au premier rang de ces atouts figure sa jeunesse, nombreuse, née à l'ère du numérique et des biotechnologies, bien formée (songez qu'Européens, Américains et Asiatiques reconnaissent que la France dispose des jeunes ingénieurs les mieux formés du monde et que nos écoles de commerce sont régulièrement reconnues pour l'excellence de leur formation dans les palmarès internationaux !) mais aussi ouverte sur le monde, bouillonnante et inventive et dont une part croissante se dit aujourd'hui, sans complexe : « Mark Zuckerberg a bien créé Facebook quand il était étudiant et Fred Mazzella, Blablacar, pas beaucoup plus tard. Alors pourquoi pas moi ? » Pour créer de nouveaux produits, de nouvelles solutions, pour remettre en cause les anciennes manières de produire et de consommer, cette jeunesse pleine de gniaque est prête à se lancer, à oser beaucoup, à prendre des coups et à se relever pour continuer d'avancer. Bref, à entreprendre.

C'est à ces jeunes Barbares que s'adresse cet ouvrage. Pour qu'ils sachent que le chemin qu'ils s'apprêtent à emprunter pourra les conduire (au moins certains d'entre eux) à réaliser leurs rêves et, parfois, ceux de l'humanité tout entière. Pour qu'ils sachent aussi que la route est sinueuse et semée d'embûches et qu'il leur faudra, parce qu'ils ne pourront pas tout prévoir, faire preuve de ténacité et d'humilité, de

capacité d'adaptation et d'opportunisme, tout en gardant en permanence l'œil rivé sur la boussole de leur projet. Pour qu'ils sachent surtout que la principale caractéristique de l'entrepreneur est sa solitude (ne serait-ce que parce que chaque projet est unique !). Mais pour qu'ils sachent aussi que cet isolement n'est pas une fatalité et que de nombreux acteurs autour d'eux peuvent les accompagner, au moins sur une partie du chemin, pour les aider à faire grandir leur projet, à changer d'échelle, à passer du stade du bonzaï à celui du séquoia géant… de Californie.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Sommaire

PRÉFACE D'OLIVIER MATHIOT 3

PRÉFACE DE NICOLAS DUFOURCQ 5

REMERCIEMENTS 10

AVANT-PROPOS 11

1 INNÉ OU ACQUIS ? PORTRAIT DU JEUNE ENTREPRENEUR 13

Les différents contextes de création d'entreprise 15

Qu'est-ce qui fait l'entrepreneur… ou pas ? 17

Le portrait-robot du jeune entrepreneur 19

Tout ce qui peut accompagner votre cheminement vers la voie de l'entrepreneuriat 20

2 L'IDÉE 35

Comment trouver une idée ? 37

La Bonne Idée existe-t-elle vraiment ? 42

Comment savoir si votre idée est intéressante ? 46

Reprendre une entreprise 52

3 LA CONSTITUTION DE L'ÉQUIPE AUTOUR DU PROJET 55

La constitution de l'équipe 56

Structurer son association 66

Et si on devait se séparer d'un associé ? 69

4 LA CONCRÉTISATION DE L'IDÉE 71

Faites-vous votre propre idée du business plan 74

3 points clés de votre business plan : vous, votre offre, votre business model 77

3 recommandations avant de vous lancer 86
Ce que l'on retrouve dans les projets portés par les jeunes 90

5 S'ENTOURER 95

Les différentes formes d'accompagnement 97
L'accompagnement en amont de la création 101
L'accompagnement post-création 100 % dédié aux jeunes : plus rare 109
Les réseaux d'entrepreneurs ou professionnels 112
Hébergement temporaire et espaces de rencontre pour les jeunes entreprises 114
Se constituer un (advisory) board 115

6 SE FINANCER 119

Les différentes options de financement 120
Les warnings de la recherche de financement 129

7 LA PREMIÈRE ANNÉE 133

Le lancement 134
Vos premiers clients 144
Les difficultés 147
Une vie d'entrepreneur 149

8 CAS PRATIQUE : THETOPS

Complément en ligne disponible à l'adresse www.dunod.com/contenus-complementaires/9782100722471

CONCLUSION 154
POSTFACE DE PASCAL FAURE 155
BIBLIOGRAPHIE 157
SITOGRAPHIE 158

Remerciements

Ils ont accepté de préfacer et postfacer cet ouvrage : merci pour leur investissement à nos côtés pour promouvoir l'entrepreneuriat jeune :

Olivier Mathiot, Price Minister (www.priceminister.com)
Nicolas Dufourcq, BPI France (www.bpifrance.fr)
Pascal Faure, DGE (www.entreprises.gouv.fr)

Merci aux 15 experts qui apportent leur éclairage sur cette lame de fond qu'est l'entrepreneuriat jeune.

Merci aux 41 jeunes entrepreneurs qui partagent avec vous leur expérience.

Merci aux proches de Vincent qui ont accepté de témoigner.

Merci à Sandrine Lunardi pour son accompagnement dans la conduite du projet.

Merci enfin à toute l'équipe des Éditions Dunod pour sa confiance.

Avant-Propos

Depuis 2009, le Moovjee édite tous les 15 à 18 mois un baromètre sur « L'image de l'entrepreneuriat auprès des jeunes et des lycéens professionnels » effectué sur un échantillon de plus d'un millier de jeunes de 16 à 25 ans[1]. Deux idées majeures s'en dégagent :

1. L'envie d'entreprendre des lycéens professionnels et étudiants est largement supérieure à celle de leurs aînés !

Selon le baromètre 2015, 34 % des jeunes interrogés ont envie d'entreprendre (contre 25 % de la population totale[2]), 2/3 de ceux-là pensent le faire avant 30 ans (+ 11 % par rapport au baromètre 2013, + 9 % par rapport au baromètre 2009).

2. Ils veulent entreprendre pour contribuer au développement économique du pays.

Les lycéens professionnels et étudiants conçoivent avant tout l'entrepreneuriat comme un levier de développement économique (52 %), bien avant son rôle éventuel de remède ponctuel anticrise (19 %). 17 % vont même jusqu'à le considérer comme un vecteur de rayonnement pour la France sur la scène mondiale.

Mais pour les jeunes, le début de la vie professionnelle est-il le bon moment pour se jeter à l'eau ?

1. Baromètre Moovjee/Opinion Way/CIC/APCE.
2. Sondage Think pour le Salon des Entrepreneurs 2015.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Nous faisons trois constats :

→ La période que nous vivons nécessite impérativement les initiatives des jeunes : l'innovation est partout présente et ce sont de plus en plus les jeunes qui la maîtrisent ; les modèles économiques de demain sont à inventer et ce sont les jeunes qui comprennent les nouvelles données ; de nouveaux métiers apparaissent et ce sont eux qui se forment actuellement pour pouvoir les exercer.

→ Entreprendre au démarrage de sa vie professionnelle est, en réalité, une période favorable : encore peu d'engagements familiaux, encore peu d'engagements financiers, beaucoup de temps et d'énergie…

→ En France, la création d'entreprise est très largement soutenue grâce à un ensemble de dispositifs complémentaires : fiscaux, administratifs, accompagnements…

Au regard de ces éléments, nous sommes convaincus que l'entrepreneuriat est une opportunité pour les jeunes de faire exploser leur potentiel dans le respect de leur culture, de leur état d'esprit et de leur besoin, et d'apporter à l'économie française le souffle dont elle a besoin pour demain. À condition de mettre en marche, dans notre pays, un changement de culture.

Cet ouvrage s'adresse à vous, les jeunes, qui caressez l'idée de devenir entrepreneur, que vous soyez étudiants ou non. Au travers de nombreux exemples, nous avons souhaité montrer la diversité des projets que vous montez, et que chaque création est une aventure à part… mais avec quelques grands repères malgré tout.

Le chemin est difficile, la route est longue, nous ne le cachons pas. Mais en créant votre entreprise, vous vous construisez une très belle expérience de vie et vous devenez maître de votre projet professionnel.

1

Inné ou acquis ? Portrait du jeune entrepreneur

Mieux vaut une tête bien faite qu'une tête bien pleine.
MONTAIGNE

Objectifs

- Comprendre ses motivations à entreprendre.
- Comment savoir si je suis fait pour entreprendre et quelle forme d'entrepreneuriat est faite pour moi ?
- Se tester dans son projet entrepreneurial.

Pourquoi l'entrepreneuriat jeune est-il aujourd'hui une priorité ?

« Développer l'esprit d'entreprendre (ou éduquer à l'entrepreneuriat) chez les jeunes est un enjeu majeur pour l'économie française. C'est une condition de la croissance de demain, mais c'est aussi un impératif de cohésion sociale et d'intégration de la nouvelle génération dans un monde économique et social en mutation permanente. [...] Des études menées au niveau mondial auprès d'entrepreneurs choisis comme particulièrement emblématiques et performants ont montré que plus de 55 % d'entre eux avaient créé leur première entreprise avant 30 ans. »[1]

Dans l'histoire récente, il y a bien sûr Marc Zuckerberg, le fondateur de Facebook, ou Richard Branson, le fondateur de Virgin, mais qui sait que Jean-Pierre Guichard avait 24 ans lorsqu'il a fondé en France Manutan qui pèse aujourd'hui 600 millions d'euros de chiffre d'affaires dans 19 pays européens ? et que Jean-Claude Bourrelier, qui a arrêté ses études à 14 ans, est le fondateur, à 29 ans de Bricorama qui pèse, quarante ans plus tard, quelques 700 millions d'euros ?

La prise de conscience est faite, les directives tombent, les actions se mettent en place.

Dans une communication intitulée « Plan d'action "Entrepreneuriat 2020" – Raviver l'esprit d'entreprise en Europe », la Commission européenne préconise la possibilité, pour tout étudiant qui le souhaite, d'être formé à l'entrepreneuriat et d'entreprendre sur son campus. C'est le sens de l'action du gouvernement, engagée suite au Pacte national pour la croissance, la compétitivité et l'emploi de novembre 2012, et en particulier aux engagements pris à l'occasion des Assises de l'entrepreneuriat.

1. Source : Assises de l'entrepreneuriat 2013.

L'enseignement de l'entrepreneuriat a progressé dans l'enseignement supérieur depuis plusieurs années, notamment avec l'expérimentation des pôles de l'entrepreneuriat étudiant (PEE) sur la période 2010-2013.

Le plan PEPITE

En septembre 2013, la généralisation sur chaque territoire de Pôles Étudiants pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat (PEPITE) associant les acteurs de l'écosystème territorial, doit ainsi non seulement permettre d'offrir aux jeunes un parcours entrepreneurial dans le supérieur, mais aussi améliorer la reconnaissance et l'accompagnement des projets entrepreneuriaux portés par des étudiants et des jeunes diplômés. L'objectif est d'atteindre 20 000 créations ou reprises d'entreprises par des jeunes issus de l'enseignement supérieur d'ici quatre ans.

Les différents contextes de création d'entreprise

Quel que soit l'âge où l'on prend la voie professionnelle de l'entrepreneuriat, toutes les formes d'entrepreneuriat sont envisageables, mais naturellement, certaines sont très largement préférées par les jeunes.

→ **Créer une entreprise *ex nihilo* à partir de votre propre idée :** c'est la voie qui apparaît le plus spontanément, parce que vous avez une idée et envie de la mener à terme, parce que vous savez que vous pourrez la mener en fonction de vos moyens et de vos envies, parce que vous avez envie d'être libre ! Mais vous n'avez pas toujours d'idée…

→ **Vous associer à un projet existant :** les jeunes ne créent que rarement seuls, et quand c'est le cas, c'est le plus souvent parce

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

qu'ils n'ont pas autour d'eux d'amis qui souhaitent entreprendre. Donc en ouvrant grand vos yeux et vos oreilles et en allant rencontrer les jeunes entrepreneurs là où ils sont, vous avez toutes les chances de pouvoir rejoindre un projet, soit parce que l'entrepreneur que vous rencontrerez est seul, soit parce que vous avez la compétence rare qu'il recherche.

→ **Créer une filiale :** une start-up vous emballe ? Pourquoi ne pas proposer aux fondateurs de fonder une filiale dans votre ville ? Vous avez fait un stage dans une entreprise qui souhaite se développer dans d'autres zones géographiques ? C'est le moment de vous proposer pour prendre en main ce déploiement, à la mode entrepreneuriale, en devenant associé et dirigeant de la nouvelle implantation.

→ **Vous installer en franchise :** le taux d'intégration de jeunes pour devenir franchisé est de 16 à 20 % tous secteurs confondus. En effet, ce sont les qualités de l'entrepreneur que les franchiseurs recherchent plus que de la compétence. Reste la problématique financière, car l'apport initial demandé est le plus souvent élevé. Mais la profession se penche sur le sujet et il est même possible désormais de s'installer en franchise avec un apport zéro grâce à une plateforme de crowdfunding mise au point par l'IREF. Par ailleurs, certains franchiseurs comme UCAR proposent des conditions tarifaires préférentielles pour les jeunes diplômés.

→ **Reprendre une entreprise :** bon nombre de TPE ferment pour cause de non reprise. Dans ces entreprises qui sont à reprendre et qui ne sont pas rachetées, il y en a des milliers dans l'artisanat, l'artisanat d'art, le petit commerce, le bâtiment, les métiers de bouche… Le potentiel d'innovation y est important, notamment grâce aux nouvelles technologies. Pour ces entreprises, les jeunes sont de bons repreneurs potentiels, car ces TPE sont à vendre à des prix finançables par des aides extérieures si le jeune repreneur est en mesure d'apporter un premier capital raisonnable de départ (*via* le love money, le crowdfunding…).

De quoi est fait l'entrepreneur… ou pas ?

La confiance

Si nous reprenons les résultats de l'édition de janvier 2015 du baromètre Moovjee/Opinion Way/CIC/APCE, le contexte économique difficile fragilise la confiance des jeunes face à l'entrepreneuriat.

→ Pour les lycéens et les étudiants, les obstacles à la création d'entreprise sont nombreux. 91 % d'entre eux désignent le manque de liquidités de départ comme un obstacle important : parmi eux, 54 % estiment même qu'il s'agit d'un obstacle très important. D'autres freins, davantage liés à la conjoncture, sont également très présents : le contexte de crise économique actuel (87 %), le manque de confiance du marché (86 %) ainsi que le risque lié à la crise (86 %). Au-delà de ces éléments économiques ou de conjoncture, le principal obstacle reste la méconnaissance de la création d'entreprise (84 %).

→ Dans l'ensemble, les lycéens et les étudiants sont conscients de disposer de certains atouts qui pourraient les aider à créer leur entreprise. Ils citent avant tout leur capacité de travail (49 %), leur enthousiasme (43 %), le soutien de leur entourage (38 %) ou bien l'autonomie (32 %). Concernant les atouts dont ils ne disposent pas mais qui pourraient les aider, l'aspect financier ressurgit assez nettement (73 %) devant l'expérience (53 %).

→ Cependant, les motivations à la création d'entreprise sont toujours très présentes et globalement en hausse. La liberté de décision (90 %, + 1 point), l'envie de faire ses propres expériences (89 %, + 4 points) ou bien encore l'envie de montrer son potentiel (86 %, stable) restent les plus importantes.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Le soutien attendu

Pour vous lancer, vous avez conscience que vous avez besoin de soutien !

→ Les soutiens jugés les plus prioritaires sont ceux qui pourraient offrir aux jeunes les atouts dont ils pensent manquer pour se lancer dans l'entrepreneuriat : les moyens financiers et l'expérience. Ainsi, le soutien des banques (75 %), le soutien d'organismes de financement (70 %) ou une fiscalité favorable (61 %) sont les plus attendus. Derrière, arrivent ceux qui pourraient venir combler le manque d'expérience : la formation (60 %), l'accompagnement par des experts (55 %), la possibilité d'avoir accès à des réseaux (55 %) ou bien encore l'accompagnement par des chefs d'entreprise (42 %).

→ En situation de création d'entreprise, les lycéens et les étudiants attendraient en premier lieu le soutien de leur famille (59 %), qui conserve la première place depuis 2009. Ensuite, le tout nouveau statut d'étudiant-entrepreneur (55 %) et le soutien d'organismes et d'associations dédiées (55 %) sont également des attentes fortes.

TÉMOIGNAGE

Elena Hagege, 32 ans, cofondatrice de Shoette, la petite ballerine qui s'enroule

« Différentes motivations poussent à travailler : l'envie de posséder, mais aussi l'envie d'apprendre, de faire, de s'améliorer, d'être, etc. Chacun accorde plus ou moins d'importance à l'une ou à l'autre. Comme j'ai pu le voir dans mon Master Innover & Entreprendre à l'ESCP Europe, un entrepreneur a tendance à mettre l'accent sur l'envie de faire, d'être, et pour certains de changer le monde. L'envie de posséder n'est pas une finalité en soi… ou on a envie d'avoir beaucoup à moyen-long terme, et on est prêt à tenter un chemin risqué avec peu ou rien à court terme. Un jeune a parfois la chance d'être soutenu →

➜
par sa famille, et met l'accent sur l'envie d'apprendre et de s'améliorer. Si vous combinez jeune et entrepreneur, ça donne une première expérience entrepreneuriale où nous gagnons rarement des millions, parfois même presque rien, mais où nous accumulons vraiment beaucoup de compétences (et donc valorisons notre CV). Nous nous rendons davantage capables pour prétendre à des postes salariés d'envergure ou pour de nouveaux projets entrepreneuriaux. »

Le portrait-robot du jeune entrepreneur

Globe-trotter : à l'ère d'Internet, c'est aussi simple de travailler avec des interlocuteurs à l'autre bout du monde qu'avec son voisin, donc pourquoi s'arrêter à la rue d'à côté ?

Système D : les rois du *bootstrapping* ! On fait tout avec trois bouts de ficelle.

Créatif : aucune barrière, tout est permis, ce qui donne souvent naissance à des petits miracles d'ingéniosité commerciale.

Infatigable : il en oublie souvent de se reposer, même un tout petit peu. Attention à la santé !

Multitâches : le jeune entrepreneur sait tout faire, même la compta !

Fou de pâtes : à toutes les sauces, chaudes, froides, réchauffées, dans une assiette ou directement dans la casserole. Vous l'avez compris, le jeune entrepreneur est très fauché.

Bête à concours : ça postule, ça postule… pour chercher à gagner le capital de départ… ou le financement des premières grosses dépenses, ou encore de la visibilité !

SBF (sans bureau fixe) : chez moi, chez toi, dans les cafés, et pour les mieux lotis, ça bosse dans les espaces coworking.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

En meute : plus on est de fous, plus on rit. Ça « partenarise » dans tous les sens pour chasser ensemble les (bons) clients.

Colocataire : ou encore chez ses parents, voire navigant de canapé en canapé.

Organisé : tout fou mais malgré tout, a vite compris que pour tout faire rentrer dans une journée, il faut un minimum de gestion rationnelle de son temps.

Ambitieux : le dépassement de soi est à l'honneur, d'autant que dès les premiers mois, on se rend compte qu'on a fait des choses dont on ne se serait jamais cru capable !

Invincible : Même pas peur… au contraire, la peur devient un moteur.

Connecté : ça va sans le dire…

Tout ce qui peut accompagner votre cheminement vers la voie de l'entrepreneuriat

Si ce portrait-robot vous fait dire que vous pourriez devenir la mascotte des jeunes entrepreneurs, pas la peine d'attendre que l'idée géniale vous tombe du ciel pour vous lancer dans l'action.

Les dispositifs pour vous permettre de vous tester, commencer à créer votre réseau, rencontrer ceux qui demain deviendront vos associés, rejoindre un projet existant sont nombreux, gratuits, présents sur tout le territoire et ouverts à tous ! « Yapluka » !

Et s'il n'y a rien autour de chez vous, contactez une organisation régionale ou nationale et proposez-leur un projet afin qu'ils vous apportent le soutien dont vous aurez besoin pour mener à bien

cette initiative. Et voilà que vous entamez, sans vous en rendre compte, votre première expérience entrepreneuriale ;-).

Dans le cadre scolaire

Dès les premières années de collège et jusqu'au plus haut niveau d'études, en filière générale ou en filière professionnelle, vous pouvez expérimenter la vie d'entrepreneur et développer un projet d'entreprise au sein de programmes intégrés dans votre cursus pédagogique.

Certains projets sont fictifs, comme ceux que vous construisez avec **Entreprendre pour Apprendre** ou **Les Entrepreneuriales**, mais ils peuvent devenir réels. D'autres sont des projets mis en œuvre dans la vie réelle, le plus souvent dans l'Economie Sociale et Solidaire, comme pour le programme **Enactus**.

AVIS D'EXPERT

Évelyne Caraffini, directrice régionale, Entreprendre pour Apprendre Île-de-France

« Au travers du programme des mini-entreprises, les jeunes se découvrent, ils prennent conscience qu'ils réalisent des choses dont ils ne se seraient jamais crus capables.

Il y a deux dimensions qu'ils développent particulièrement et qu'ils ne travaillent pas dans les programmes traditionnels : la créativité et la communication. Côté créativité, ils s'aperçoivent qu'ils peuvent créer un produit, trouver un nom, construire un visuel… et le vendre ! En effet, nous insistons beaucoup sur la prise de parole en public. À cet âge, ils ont tendance à se cacher derrière un écran, et nous leur demandons de s'exposer, de parler à l'extérieur de leur projet, aux partenaires, aux jurés. La communication orale, c'est un plus qui leur servira toujours et fera la différence.

Enfin, grâce au programme, les participants découvrent plusieurs métiers de l'entreprise et cela leur permet d'enrichir leur réflexion pour construire leur projet professionnel. Ils découvrent également avec enthousiasme des métiers qu'ils ne pensaient pas accessibles.

➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Une lauréate, Julie Desane, qui a eu l'occasion de partir en Roumanie pour la compétition européenne, me disait : "J'ai appris le plaisir de construire un projet en équipe et de le réaliser ensemble. Je serai heureuse de m'engager volontairement dans l'association pour faire découvrir à ceux qui me suivent l'envie de découvrir ce qu'on peut donner !" ».

Le programme Les Entrepreneuriales est un dispositif de formation pratique, basé sur la pédagogie « *learning by doing* ». Il favorise la pluridisciplinarité des compétences, l'autonomie des apprenants et ceci dans un cadre professionnel abouti et innovant.

TÉMOIGNAGE

Jean-Joseph Randria, 24 ans, cofondateur de Proxiprof, plateforme de soutien scolaire et cours particuliers de proximité

« L'idée d'une plateforme de mise en relation sur Internet pour des cours particuliers a grandi et germé dans nos esprits pendant l'été 2013. C'est la complémentarité de nos parcours universitaires – web marketing et communication pour l'un, création et gestion d'entreprise pour l'autre – qui nous a réunis autour de ce projet. À la rentrée de septembre 2014, nous avons entendu parler des Entrepreneuriales. Ce dispositif nous a vraiment intéressés : un accompagnement créé pour les étudiants qui ont une forte envie d'entreprendre, c'était parfait pour nous. Nous avons alors déposé notre dossier pour pouvoir en bénéficier et nous avons été sélectionnés.

L'avantage principal des Entrepreneuriales était que le dispositif se posait en complément des études. Nous avons donc pu débuter notre aventure dans l'entrepreneuriat tout en finissant notre dernière année d'études. Durant cette aventure, nous avons été accompagnés par un coach dédié et parrainés par un chef d'entreprise d'expérience. Nous nous sommes ainsi appuyés sur l'expérience et l'avis de nombreux professionnels pour valider les différents points du projet ProxiProf. Cet accompagnement nous a permis de faire mûrir l'idée et de la transformer en projet d'entreprise viable. »

Le programme **Enactus** permet quant à lui de développer l'esprit entrepreneurial par la réalisation d'un projet collectif d'entrepreneuriat social sur son territoire.

Il se déroule de la manière suivante :

- les étudiants se regroupent en équipe au sein de leur établissement, soutenus par un ou plusieurs conseillers pédagogiques (enseignants ou membres de l'administration de l'établissement partenaire) ;
- les équipes sont outillées et accompagnées tout au long de l'année, grâce à l'intervention sur le terrain, en face-à-face, de l'équipe d'Enactus France, de professionnels du monde de l'entreprise, d'experts et de parrains pour les soutenir dans la réalisation de leurs projets ;
- tout au long du programme, Enactus organise des rencontres régionales et nationales pour partager leurs pratiques et expériences, tester de nouveaux outils et bénéficier des compétences des uns et des autres en travaillant entre pairs ;
- pour outiller les équipes à la gestion de projet, un « Learning Center » a été développé regroupant une trentaine d'ateliers formalisés, à disposition des enseignants et des étudiants. Ces ateliers portent aussi bien sur le cycle de vie d'un projet que sur le management d'équipe ;
- enfin, le programme donne lieu à une compétition nationale qui remonte au niveau mondial.

AVIS D'EXPERT

Aymeric Marmorat, Enactus France, directeur exécutif

« Si le programme Enactus n'existe pas encore dans un établissement, il suffit que l'étudiant qui a l'envie de participer – qu'il ait déjà une idée ou pas – nous contacte. Et à partir de là, nous construirons le projet avec lui. Pour mettre un programme en place, il faut 10 étudiants par établissement, sur ➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

➜
un ou plusieurs projets, et avoir l'aval de l'administration de l'école. Si l'étudiant est seul, nous lui proposons d'organiser avec lui des présentations en amphi ou sous forme d'ateliers pour recruter son équipe et parallèlement, nous prenons contact avec l'administration. Précision importante : le programme est gratuit pour l'établissement et pour les étudiants. Pour se lancer dans un programme Enactus, les étudiants doivent adhérer à nos trois partis pris : apprendre en faisant, entreprendre en équipe, l'économie au service de l'homme.

Une fois l'équipe constituée, si elle n'a pas encore d'idée de projet, nous allons l'accompagner dans cette phase en lui proposant deux sessions d'ateliers. La première les aide à bien se connaître, à construire la cohésion d'équipe, à identifier leurs centres d'intérêts et les enjeux de société auxquels ils voudraient apporter une réponse. La deuxième les amène à réfléchir sur les besoins de la société face aux enjeux précédemment identifiés en les confrontant au terrain. Ces deux premières sessions sont ensuite suivies d'un atelier de créativité pour faire émerger l'idée de produit ou de service qui répondra à la problématique. Les étapes suivantes sont la construction du business model et le lancement sur le marché qu'ils conduiront sur l'ensemble de l'année universitaire. »

Et qui sait si, à l'issue de l'un de ces programmes, vous ne déciderez pas de poursuivre l'aventure ?

La vie associative dont les Juniors-Entreprises

Une **Junior-Entreprise** est une association implantée au sein d'un établissement d'enseignement supérieur. Elle permet aux étudiants de mettre en pratique leur enseignement théorique, en réalisant des études ou projets, pour des clients très variés. Être élu dans le bureau, donc dans l'équipe dirigeante responsable de la gestion et du développement de l'association, c'est effectivement participer au développement d'une entreprise de service en BtoB.

Mais la vie associative ne se limite pas aux Juniors-Entreprises, ni même aux associations dépendantes d'un établissement de formation.

Votre passion, c'est le sport, le théâtre, le fromage de brebis ou la vie des lucioles par temps de pluie ? Impliquez-vous dans le bureau d'une association, ou créez l'association si elle n'existe pas. Vous apprendrez à regarder un projet dans son ensemble, à vendre votre idée et tester votre leadership en recrutant des membres, à aller au bout d'un projet, à travailler beaucoup, vendre son idée, monter et tenir un budget, chercher des financements, poser des objectifs, les atteindre ou pas, analyser les raisons du succès ou de l'échec, accepter la remise en question, garder confiance en vous… bref, vous apprendrez la vraie vie de l'entrepreneur sans même vous en apercevoir, car vous n'aurez que l'impression d'enrichir votre passion.

CONSEILS PRATIQUES

› Pour trouver l'association qui vous correspond ou créer la vôtre, renseignez-vous sur le Réseau national des maisons des associations : www.maisonsdesassociations.fr

TÉMOIGNAGE

Adrien Deslous-Paoli, 24 ans, fondateur de la maison De Rigueur, maroquinerie « Handmade in France »

« Mon expérience au sein de l'association Total EDHEC Entreprendre a été extrêmement enrichissante et me sert tous les jours dans ma vie d'entrepreneur. Elle a constitué ma première véritable expérience de management et m'a inspiré dans les choix qui ont suivi.

En tant que président, j'étais responsable d'une trentaine d'étudiants présents suite à un recrutement, qui n'avaient pas tous les mêmes envies. J'ai pu me rendre compte que ce n'est pas simple de pousser quelqu'un à travailler s'il n'en a pas envie, de manager des personnalités différentes et j'ai parfois été obligé de prendre des décisions difficiles comme exclure un membre parce qu'il était contre-productif. J'avais choisi de travailler sur trois valeurs fondamentales pour structurer le groupe, le travail et la vie en communauté : humilité, ambition et esprit d'équipe. Aujourd'hui, j'ai trois personnes dans mon équipe et cela me sert quotidiennement. J'essaie de me positionner à mi-chemin entre le boss qui doit se faire respecter et l'ami qui est à l'écoute. ➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

➜
Mais ce qui m'a le plus marqué, ce sont les témoignages de gens extraordinaires, ces entrepreneurs que nous avons eu la chance de côtoyer lors des événements organisés par l'association et qui m'ont inspiré. Et je me suis dis : "Pourquoi pas moi ?" Ces histoires d'entrepreneurs, c'est mon moteur, des "shots de motivation" comme je les appelle ! »

Les événements entrepreneuriaux

Participez à des événements entrepreneuriaux : ils sont nombreux, toute l'année, au sein des établissements de formation mais souvent ouverts à tous, dans des cafés, des espaces de coworking, des pépinières… tendez l'oreille, ouvrez l'œil et inscrivez-vous !

Voici quelques exemples d'événements auxquels participer pour rencontrer de jeunes entrepreneurs, écouter des témoignages, commencer à construire votre réseau dans la communauté entrepreneuriale, et même pour se lancer.

→ **Mash Up** organise des événements tous les deux mois à Paris, et depuis 2014, a amorcé son développement en région, à Bordeaux, Rennes, Grenoble et Nantes. L'objectif des événements est de faire se rencontrer les étudiants de différentes filières et des entrepreneurs. Chaque événement rassemble 350 à 450 personnes à Paris et autour de 200 personnes en région, autour d'un format toujours identique de trois étapes :

– une conférence avec 2 à 4 personnalités reconnues autour d'un thème pour témoigner de leur expérience et donner quelques clés ;
– un concours de pitch pour 10 start-up de moins de 2 ans créées par des étudiants et jeunes diplômés ;

CONSEILS PRATIQUES

› Pas de Mash Up dans votre ville ? Contactez l'équipe pour devenir le représentant local : contact@mash-up.fr

– un cocktail de networking pour faire des rencontres entre les participants, très utiles pour trouver un stage ou ses futurs associés.

AVIS D'EXPERT

Jennifer Moukouma, présidente Mash Up pour l'année scolaire 2014-2015

Mash Up est une association étudiante indépendante d'un point de vue académique, créée en 2011 par des étudiants de HEC qui suivaient un cursus commun avec des étudiants de Telecom Paris Tech. Les fondateurs ont rapidement compris que, de façon générale, il n'y a pas de mixité de formation et ont décidé de combler ce manque en créant le Mash Up.

Les 2 objectifs principaux de Mash Up sont :

– Sensibiliser à l'entrepreneuriat

– Casser les silos entre les formations pour faire dialoguer entre eux des étudiants d'horizons différents

Pour les participants, les bénéfices de participer à un Mash Up sont triples :

– Rencontrer des personnes qui n'ont pas forcément d'idées pour qu'elles se regroupent et faire émerger des idées. D'autant plus que ça permet de créer des équipes d'associés interdisciplinaires

– Faire découvrir l'écosystème entrepreneurial étudiant à ceux qui veulent se lancer

– Donner de la visibilité aux start-up créées par des étudiants via le concours de pitch…

→ **Start-up assembly** (www.startupassembly.co) organise des journées portes ouvertes de start-up. Une fois par an, fin mai/début juin, les start-up ouvrent leur porte pour vous permettre de découvrir comment ça se passe « entre les murs ». Une occasion unique d'aller échanger avec les entrepreneurs, pour la plupart très jeunes, et pourquoi pas, de trouver votre stage pour vivre une aventure quelques mois à leurs côtés.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

→ **Les salons et forums de la création d'entreprise** dédient quasiment tous un espace aux jeunes. Ce sont les incontournables Salons des Entrepreneurs de Paris, Lyon, Nantes et Marseille en 2015, mais aussi le Salon Créer de Lille, le Salon des Micro-Entreprises à Paris… Venez retrouver, dans les espaces jeunes, les organismes dédiés à la création d'entreprise par les jeunes et participer à des animations pour vous tester et confronter votre projet à des professionnels de l'entrepreneuriat.

→ **Start-up week-end** (startupweekend.org), créé aux États-Unis en 2007 et exporté à travers le monde, est un événement proposant à ses participants, venus d'horizons divers, de s'unir pour créer une start-up en un week-end. Déjà présent dans 726 villes dans le monde avec 46 événements réalisés en France. Vous avez une idée, vous cherchez des associés et des conseils ou vous cherchez une start-up à laquelle vous associer, c'est le moment d'agir !

→ **Un exemple local, le Connecteur Étudiant**, est lancé par Paris&Co en 2014 avec le soutien de la Ville de Paris. C'est un dispositif destiné à stimuler les étudiants des universités parisiennes en les immergeant dans un écosystème professionnel innovant. Le Connecteur s'appuie sur un réseau de partenaires engagés dans la diffusion de l'entrepreneuriat et l'innovation. Intégré aux incubateurs, il permet la rencontre entre étudiants et start-up sur un principe de réciprocité : ces échanges sont autant l'occasion pour les étudiants de découvrir l'environnement start-up, que pour les entrepreneurs de découvrir des formations universitaires pertinentes au regard de leur activité. Le Connecteur s'appuie sur un tiers-lieu situé rue de Rennes qui accueille les étudiants-entrepreneurs des PEPITE engagés dans un projet de création d'entreprise afin de leur proposer un cadre immersif dans l'écosystème innovant pour développer leur projet entrepreneurial.

TÉMOIGNAGE

Fabien Rault, responsable du programme Connecteur Étudiant (www.startupambassadeur.com)

« Startup Ambassadeur, un programme du Connecteur Étudiant, crée un lien privilégié entre un étudiant d'université en 3e cycle et le fondateur d'une start-up. L'étudiant devient ambassadeur d'une start-up pour quelques mois, et avec l'entrepreneur, ils vont co-construire puis mettre en œuvre un plan d'action pour faire mieux connaître la start-up. En contrepartie, l'entrepreneur se rend disponible pour permettre un transfert d'expérience auprès de l'étudiant et de son environnement. Cet engagement est bénévole, basé sur un principe de réciprocité.

Violaine qui a participé à la première promotion témoigne : "Je me suis entourée de deux amies, et ensemble nous avons proposé à Nicolas, cofondateur de Simpki, une série d'actions pour favoriser sa communication auprès des étudiants. En contrepartie, Nicolas nous a reçues dans ses locaux et a participé à une conférence sur le tourisme collaboratif organisée devant des étudiants. Pour moi, l'expérience est enrichissante puisqu'elle m'a permis de découvrir les enjeux stratégiques rencontrés par une jeune entreprise et d'en parler directement avec son dirigeant. Avec le lien que nous avons établi, je sais que je pourrai compter sur lui dans mon réseau professionnel." »

Pour être sûr d'être informé des événements à venir, il y a bien sûr les pages Facebook de chaque organisation, Twitter qui regorge d'informations dédiées aux jeunes entrepreneurs, Moonbar (www.moonbar.org) pour un agenda au jour le jour, ville par ville, sans oublier la newsletter du Moovjee et son agenda et la newsletter de l'APCE. Le plus compliqué est peut-être de faire le premier pas car l'offre est touffue et peu lisible de l'extérieur, mais une fois que vous aurez mis le premier pied dans la communauté, tout s'éclaircit et vous serez bientôt incollable sur les *places to be* ! *GO* !

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

TÉMOIGNAGE

Romain Blanco, 32 ans, cofondateur de Louis Antoinette, vêtements et accessoires à faire soi-même

« L'entrepreneuriat, je suis tombé dedans quand j'étais petit avec des parents qui m'ont transmis cette vision de la vie et permis d'apprécier les responsabilités qu'elle requiert et la liberté qu'elle permet. J'ai tout naturellement orienté ma carrière de façon à pouvoir créer mon entreprise un jour. À la fin de mes études, j'ai décidé d'apprendre d'abord des méthodes de grandes entreprises pour acquérir une certaine confiance et me sentir plus à l'aise dans l'entrepreneuriat. Pendant huit ans dans un grand groupe américain, j'ai évolué sur cinq postes différents avec pour objectif principal de monter mon entreprise en les quittant. J'ai fait des choix de postes qui permettaient de compléter mon expérience, d'acquérir à chaque fois des compétences différentes et variées.

Quand j'étais responsable marketing France sur des produits B2B, les PME étaient dans mon cœur de cible. J'ai pu approcher le monde de l'entrepreneuriat, notamment en sponsorisant le Moovjee, une manière de me rapprocher de ce réseau de jeunes entrepreneurs. Avec toujours pour objectif de me rapprocher de cet univers auquel j'aspirais mais également de commencer à faire partie d'un réseau pour être déjà bien entouré le jour où je me lancerai. »

Petit job en auto-entrepreneur ou stage pour se tester

→ Se tester en auto-entrepreneur

Pour exercer une activité en auto-entrepreneur, toutes les démarches sont simplifiées et votre risque financier est nul. Aussi, pour faire quelques économies à mettre plus tard dans le capital de votre boîte et pour tester votre capacité à gérer des clients, pourquoi ne pas créer une activité en auto-entrepreneur sur la base de vos compétences ? Cours de soutien scolaire pour les enfants, formation à l'utilisation des outils informatiques pour les seniors, organisation de goûters d'anniversaire, bricolage, jardinage… Voilà de quoi, une fois encore, se tester utilement.

→ Faire un stage en TPE ou en start-up, proche de l'entrepreneur

Les grands comptes ne sont pas la panacée pour se former quand on veut être entrepreneur. Étudiants, vous êtes de plus en plus nombreux à l'avoir compris. Mais les jeunes entrepreneurs aussi en sont convaincus. Ils ne demandent pas mieux que d'accueillir à leurs côtés, en tant que véritables bras droits, de jeunes collaborateurs stagiaires à qui ils transmettront leur passion d'entreprendre.

TÉMOIGNAGE

Marion Creuzet-Kenesi, 25 ans, fondatrice de Marion Kenezi, créatrice de mode, robes de mariées

« Nous sommes très nombreux à vouloir travailler dans la mode et donc faire nos stages dans les grandes maisons. Celles-ci proposent beaucoup de stages, mais trop souvent, ce sont encore des stages « photocopies » et c'est un peu quitte ou double. Je n'étais pas sûre d'apprendre sur le métier de créateur de mode, aussi, j'ai voulu privilégier l'apprentissage de l'entrepreneuriat.

Partant de l'idée qu'il ne faut surtout pas se forcer à faire du sérieux, j'ai choisi de faire des stages dans des secteurs qui m'amusaient parce que c'est bien plus facile pour se motiver. Rester tard pour une projection quand on travaille dans le cinéma, c'est pour moi plus motivant que la sidérurgie ! Du coup, mes stages m'ont fait voir que l'entrepreneuriat pouvait être « sympa », que bosser c'était bien, et même bosser beaucoup, c'était mieux.

Mes choix se sont portés vers des petites structures dans lesquelles on considère les stagiaires comme des collaborateurs. J'ai été très impressionnée d'avoir rapidement des vraies responsabilités et d'être confrontée à la réalité du job : affronter des vrais problèmes, proposer des vraies solutions, avoir de vrais enjeux mais aussi faire de vraies erreurs et me faire vraiment « engueuler ». C'était très valorisant et enrichissant. Ces expériences m'ont aussi appris à apprécier le fonctionnement d'une petite structure par rapport à une grande. Et c'est la confiance qu'on m'a donnée qui m'a permis de me dire : "c'est bon, je suis une pro, je peux bosser quel que soit le secteur". »

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Et si vous ne faites rien de tout ça, méfiez-vous, vous pourrez encore tomber dans la marmite ! Nombre de jeunes entrepreneurs que nous rencontrons nous racontent qu'ils n'avaient jamais pensé créer une entreprise. Et, dans le cadre de leur formation, il a fallu plancher en équipe sur un sujet de création d'entreprise, puis le présenter devant la promo. Et de succès en succès, *via* les concours de pitch et les encouragements des profs, le projet sors de l'enceinte de l'établissement de formation pour participer à des concours… et quelques mois plus tard, vous voilà entrepreneur sans même vous en être rendu compte !

TÉMOIGNAGE

Quentin Martin-Laval, 25 ans, cofondateur de Echy, éclairage hybride

« Notre concept d'éclairage hybride permet d'amener la lumière naturelle à l'intérieur des bâtiments *via* la fibre optique. Dans le cadre d'un projet scolaire à polytechnique, nous avions travaillé sur le sujet de la lumière dans le bâtiment et choisi de développer un produit. À ce moment-là, nous n'étions pas du tout dans l'idée de créer une entreprise. Le fait de gagner deux prix, dont une bourse de 15 000 euros, nous a fait maintenir le projet dans sa continuité. Nous avons suivi un module d'entrepreneuriat et l'envie de créer est venue avec. Mais nous avons choisi de finir nos études d'ingénieur parce que nous sommes convaincus que notre valeur ajoutée dans une entreprise, c'est notre base technologique, et nous voulions apporter cette compétence.

La dernière année à l'École des Ponts et Chaussées a été décisive. Alors qu'aucune formation de ce type n'existait, il y a eu un vrai engagement de l'école qui a continué (et continue encore) à nous soutenir. J'étais le premier étudiant à leur soumettre ce type de projet, et ils m'ont encouragé. Ils sont allés jusqu'à aménager mes cours. Le projet a été intégré à mon cursus scolaire avec une grande souplesse. Le brevet de la société a été développé comme un projet de l'École des Ponts, projet scolaire qui a conduit sur le brevet fondateur actuel.

➜

➜
Si je n'avais pas eu l'aval de l'école, je n'aurais pas persévéré. Au contraire, je me suis retrouvé avec des gens qui m'ont aidé, donné les moyens, ce qui a vraiment permis à la boîte d'émerger. Quand on crée, on se pose plein de questions. Quand on a le support de son établissement scolaire, on se dit qu'on a peut-être raison d'y aller. Par la suite, nous avons intégré l'Incubateur Descartes ; la start-up se trouve enfin sur des rails. »

Cas pratique

En complément en ligne sur le site **www.dunod.com** à la page du livre, découvrez le cas thetops et le témoignage de Sophie Redrado et Guillaume Boixo.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

L'essentiel

Les différents contextes de création d'entreprise sont autant d'opportunités. Soyez ouvert et proactif, vous n'aurez que l'embarras du choix pour vous lancer.

De quoi est fait l'entrepreneur… ou pas ? Si vous avez envie d'y aller, faites-vous confiance et cherchez du soutien. Entreprendre ne s'impose pas comme une évidence pour tous, mais chacun peut y penser.

Le portrait-robot du jeune entrepreneur aide à se poser les bonnes questions. S'il vous manque certains traits de caractère réfléchissez à trouver le profil qui vous sera complémentaire.

Tout ce qui peut accompagner votre cheminement vers la voie de l'entrepreneuriat est bon à prendre. Testez-vous. Les occasions de mener un projet sont nombreuses.

Vers un plan d'action

- Connaissez-vous vos forces et faiblesses ? Faites le point pour être au clair avec vos motivations d'entrepreneur.
- Recensez les événements de votre région auxquels vous pouvez participer et choisissez le premier. Inscrivez-vous dès maintenant.
- Sachez clairement pourquoi vous participez à un événement, mettez-vous un objectif pour votre première action, et faites le bilan à l'issue de votre participation.

2
L'idée

Les choses n'ont pas besoin de changer le monde pour être importantes.
Steve Jobs

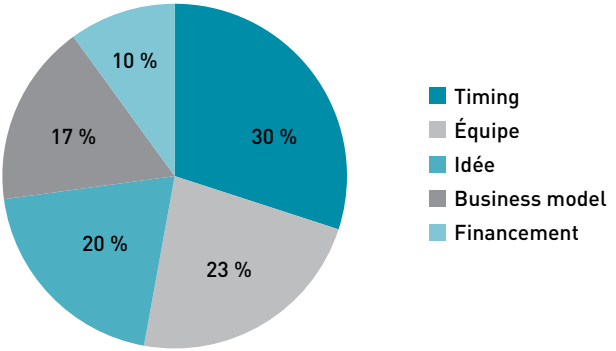
Objectifs

- Comprendre qu'il n'est pas nécessaire d'avoir l'idée révolutionnaire pour être un entrepreneur.
- Apprendre à définir si le projet est viable.
- Savoir comment entreprendre sans idée.

Avoir une bonne idée est très souvent perçu comme l'élément le plus important dans la création d'entreprise. Énormément de gens nous disent : « Je rêve d'entreprendre, mais j'attends d'avoir trouvé la bonne idée » !

Effectivement, l'idée est importante et fait partie intégrante du processus de création d'entreprise, mais ce n'est pas le seul élément. Bill Gross, serial-entrepreneur américain, a analysé les facteurs de succès d'une start-up après avoir créé avec succès plus de 100 start-up mais aussi après avoir connu encore plus d'échecs. Il fait ainsi ressortir cinq éléments (figure 2.1).

Figure 2.1 – Les 5 critères de réussite d'une entreprise



On remarque que l'idée a certes une importance mais n'est située qu'en troisième position. Pourquoi cela ?

Parce qu'une idée se construit avec une équipe et dans un contexte (timing) propice à son développement. Il n'est donc pas nécessaire de rester bloqué sur l'idée mais plutôt de construire l'environnement adapté pour trouver la bonne idée avec les bonnes personnes.

De plus, comme le disait Steve Jobs, votre idée n'a pas nécessairement besoin de changer le monde pour être importante et donc réussir. Parmi vous, certains créeront sûrement le pro-

chain Facebook ou Google, mais ce n'est pas le seul moyen de s'épanouir ou de « réussir » en tant qu'entrepreneur.

Dans ce chapitre, nous apporterons plusieurs conseils sur l'environnement propice pour trouver la bonne idée et vous orienter sur les astuces de validation de l'idée.

Comment trouver une idée ?

Comme nous l'avons dit, il faut créer le contexte pour trouver une idée. Un élément singulier et éminemment important vient s'ajouter à cela : vous !

Avant d'aborder en détail les autres facteurs pour créer le contexte, VOUS devez être dans une situation créative. Cela veut simplement dire que vous devez être prêt à avoir des idées. Oui, c'est bête mais c'est ainsi. Si vous avez la tête dans le guidon de vos études ou de votre boulot, vous pourrez trouver des idées mais uniquement dans le cadre de ce que vous faites toute la journée. Et encore, il faudrait que vous preniez le temps d'avoir le recul suffisant pour analyser votre quotidien.

Vous devez être ouvert au monde et attentif à ce qu'il s'y passe, car les idées viennent rarement toutes seules : il faut aller les chercher.

Quand on est jeune, il existe plusieurs façons de trouver une idée (figure 2.2).

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Figure 2.2 – Trouver une idée



Pendant votre formation scolaire

Commençons tout de suite par mettre de côté une idée reçue : non, il ne faut pas avoir fait HEC pour réussir à monter sa boîte. Oui, de très grands entrepreneurs ont été diplômés de grandes universités mais pas tous, et heureusement. Donc il n'existe pas de limite et de « formation » minimum pour y arriver.

Cela dit, durant votre formation, que cela soit un BAC +5, +3, le Bac, un CAP, un cursus dans une grande école ou pas, à Paris ou n'importe où en France, vous allez travailler en entreprise lors de stages et vous allez étudier des cas. Tous ces travaux et ce temps passé sont autant d'opportunités pour trouver des idées. Il faut une fois de plus être attentif et ouvert. Profitez-en pour creuser un peu plus les sujets évoqués en classe, pour approfondir les marchés, les enjeux des études de cas.

Comme le présente très justement Liz Rae dans le magazine *Elite Daily*, voici les 10 bonnes raisons d'entreprendre à la sortie de vos études :

→ **Vous avez vos habitudes de travail :** Durant vos études, vous avez appris à travailler d'une certaine manière et c'est très souvent difficile de s'adapter à une nouvelle manière de fonctionner. Les gens ne comprennent pas toujours votre rythme. Travailler la nuit ou le matin, en écoutant de la musique… En créant votre entreprise, votre rythme sera celui de tout le monde et vous ne serez plus limité dans vos capacités.

→ **Vous apprendrez tellement :** Dans un job ou un stage, vous allez apprendre la finance ou le marketing (enfin une partie du marketing, comme le CRM) ou encore les ressources humaines. En tant qu'entrepreneur, vous devrez savoir tout faire et donc toucher à tout, et dès le départ. Vous ne serez pas le meilleur dans tous les domaines mais vous obtiendrez une expérience riche qui aura une valeur inestimable pour la suite de votre carrière en tant qu'entrepreneur ou dans une entreprise.

→ **Vous comprendrez la valeur du travail :** Être entrepreneur est le job le plus *challenging* qui soit. Travailler au sein d'une entreprise que vous adorez (Google, wouah !) vous apportera des méthodes, des compétences certes, mais pas le sens de l'argent. Lorsque vous travaillez dans le cadre de votre entreprise, vous comprendrez que chaque centime compte et que pour que cela fonctionne, il faudra nécessairement travailler très très dur.

→ **Vous aurez un énorme réseau :** En sortant des études, nous n'avons généralement pas ou très peu de réseaux. Mais dès que vous devenez entrepreneur, les portes s'ouvrent en grand et vous réaliserez des rencontres qui changeront l'histoire de votre entreprise mais aussi votre histoire personnelle. Le statut d'entrepreneur est le meilleur pour créer un réseau puissant.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

→ **Vous êtes aussi le patron de votre agenda :** Quand on parle d'entrepreneuriat, on parle souvent de liberté. Cela en est une. Si vous ne voulez pas travailler cet après-midi parce que vous êtes trop fatigué ou parce qu'il y a un match de rugby, vous pouvez le faire car vous savez que vous êtes capable de travailler toute la nuit, et le week-end s'il le faut.

→ **Tellement d'énergie :** Vous êtes jeune, vous avez plein d'idées, vous avez une énergie débordante. Utilisez-la pour créer votre entreprise : c'est le moment où votre énergie et votre envie seront au plus haut. Ne perdez pas cette opportunité. On reparle ici aussi de timing…

→ **Rien à perdre :** Lorsque vous êtes étudiant, vous avez peut-être la charge de rembourser un prêt pour vos études, mais rien de plus. Pour la plupart, pas d'enfant, pas de conjoint(e). Alors que risquez-vous, à part vivre une aventure extraordinaire ?

→ **Idées neuves :** Votre jeunesse vous permettra d'apporter des idées neuves sur des marchés vieillissants ou inexistants. Vous serez prêt à tout pour y arriver et votre manque de connaissance du marché ne sera pas un point faible mais une force pour voir ce marché avec un regard neuf.

→ **Vous deviendrez plus intelligent :** Vous apprendrez tellement de choses que vous gagnerez en compétences et en maturité bien plus rapidement que dans n'importe quel autre job. Vous en sortirez grandi, peu importe l'issue finale.

→ **Vous ferez ce que vous aimez :** Et c'est déjà pas mal, finalement ! Le travail est la partie qui prend le plus de place dans notre vie. Alors autant kiffer ce que l'on fait !

Durant votre stage

Le stage est souvent l'une des meilleures périodes pour avoir une idée. En effet, vous allez pour la première fois intégrer une entreprise et avoir des responsabilités. Cela va vous permettre de

découvrir un marché, des modes de fonctionnement mais aussi et surtout, vous allez très rapidement savoir si vous êtes fait pour être manager ou pas. Une fois cette prise de conscience faite, vous pourrez commencer à creuser ce marché avec un regard neuf. Il est vrai que les gens qui travaillent depuis très longtemps sur un secteur n'innovent plus sur ce même secteur. C'est ici que votre manque d'expérience devient une force : c'est ce regard nouveau, cette nouvelle approche qui vous permettra d'innover.

En voyage à l'étranger

Vous l'avez sûrement déjà fait : Erasmus. L'une des périodes les plus excitantes de votre vie étudiante. Vous voyagez, faites la fête, apprenez une autre culture, une autre langue, rencontrez plein de nouvelles personnes qui viennent du monde entier. Quoi de mieux pour cultiver son ouverture d'esprit et avoir une idée ? Par exemple, Quentin Reygrobellet faisait un tour du monde avec ses amis lorsqu'il découvre BirchBox aux États-Unis et se dit qu'il faut absolument créer cette boîte en France. Quelques mois plus tard, le site de JolieBox est lancé et encore quelques mois plus tard, JolieBox est rachetée par BirchBox.

CONSEILS PRATIQUES

› Soyez ouvert aux opportunités.

Via votre situation personnelle

Le classique. Vous réalisez qu'il y a un problème sur un secteur. Vous réalisez qu'autour de vous, il manque un service, un produit… C'est comme ça qu'a commencé Brian Chesky, le fondateur d'Airbnb. Il voulait gagner un peu d'argent, a commencé à sous-louer sa chambre et voilà comment est née l'une des plus belles start-up des dernières années. Un simple constat ! Même situation pour Travis Kanalick, le fondateur d'Uber. Il était à Paris pour une conférence et recherchait un taxi sans succès. Énervé, il a dû patienter plusieurs minutes et a manqué son avion. Une fois

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

aux États-Unis, il s'est dit que cette situation ne devrait arriver à personne et il a lancé Uber.

Notez bien toutes les idées qui vous viennent suite à une situation vécue au quotidien et vous aurez ainsi plein d'idées de produits, services, boîtes. Il faudra par la suite juger si c'est une bonne ou une mauvaise idée. On en parlera par la suite.

En rejoignant une aventure

Eh oui, l'entrepreneuriat ne se résume pas à avoir une idée ! L'entrepreneuriat se résume à créer. Créer peut tout à fait vouloir dire rejoindre une équipe sur la base d'une idée et de complémentarités. Il existe aujourd'hui plusieurs services de mise en relation d'associés ou de fondateurs qui recherchent des associés, comme IdeasVoice.

Ne vous limitez pas à trouver une idée : limitez-vous à entreprendre (ce qui est loin d'être simple !)

Une recherche intensive

Comme nous l'évoquions plus haut, trouver une idée est facile ; la structurer l'est déjà moins. Mais cette recherche d'idée doit être organisée pour être efficace. Peu importent les situations durant lesquelles vous allez avoir une idée : soyez organisé pour la noter et, sans perdre de temps, recherchez rapidement quelques informations sur les concurrents, le marché, etc. Cela vous donnera déjà une vision macro, et non micro, de votre idée.

La Bonne Idée existe-t-elle vraiment ?

Comme nous venons de le voir, l'idée est importante mais elle ne fait pas tout. Oui, La Bonne Idée existe vraiment, mais une fois que vous l'avez, si vous n'avez pas une équipe complémentaire, une bonne exécution et un timing parfait, votre idée

ne servira à rien. Une idée, aussi bonne soit-elle, ne sert pas à grand-chose sans tous les autres ingrédients.

D'autant qu'une bonne idée n'a pas besoin d'être innovante au sens de révolutionnaire, comme l'iPhone d'Apple ou Facebook… Par exemple, l'idée d'Uber est géniale et change la façon de commander un taxi en démocratisant l'accès à ce service. Mais au fond, géolocaliser des chauffeurs et des clients au sein d'une appli n'est pas révolutionnaire. La clé du succès a été la mise en relation parfaite de deux besoins communs (les chauffeurs de gagner plus d'argent et les clients d'arrêter d'attendre un taxi) *via* une application mobile (timing parfait dans l'usage du mobile).

L'innovation peut simplement (mais très efficacement) passer la revue de métiers existants. Prenons l'exemple de la société de déménagement Des Bras En Plus, montée en 2010. Dit comme ça, cela n'a rien d'innovant : que faire de plus sur le secteur du déménagement ? Mais ces trois jeunes brillants entrepreneurs, Farid, Massoud et Zafar, ont créé un service de déménagement à la demande *via* un site Internet qui rend le déménagement plus accessible et moins cher en permettant de commander uniquement ce dont on a besoin : cartons, déménageurs, camions, etc. Après cinq ans d'existence et 40 emplois créés, un avenir radieux les attend.

TÉMOIGNAGE

Farid Lahlou, 29 ans, cofondateur de DBEP, la solution de déménagement à la carte

« Pour changer un secteur d'activité traditionnel, il faut savoir l'observer avec un regard neuf. Pour cela, deux solutions : soit avoir suffisamment de recul pour prendre de la hauteur, ce qui n'est pas simple, soit s'attaquer à un secteur d'activité qui nous est totalement étranger, ce qui fut le cas pour nous avec le déménagement. Entre 2005 et 2009, nous avons enchaîné les petits boulots dans le monde du déménagement pendant nos études en Finance. Nous n'avions rien en commun avec cet univers, et nous avons traité toutes les problématiques différemment.

➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

➜
Nous ne nous préoccupions pas de l'existant, mais plutôt de savoir ce qu'il faudrait faire pour améliorer l'expérience de nos clients que nous avons remis au centre de nos préoccupations. Ensuite, nous avons tout simplement imaginé l'offre de déménagement parfaite autour de leurs besoins, celle qui pour nous, aurait toujours dû exister.

Au lancement de DBEP en 2009, nous n'avons pas eu peur de tout remettre en question, à tous les niveaux : communication, offre, prise de commande, exploitation, organisation interne… Chez nous, tout est différent, c'est ce qui fait notre particularité sur un marché si traditionnel. »

Sir Richard Branson, le fondateur de Virgin Group illustre parfaitement ce point lorsqu'il dit : « *The time to go into a new business is when it's badly run by others* » (« Le moment clé pour créer une boîte sur un nouveau marché est lorsque ce marché est très mal géré par les autres »).

Une fois de plus, ne restez jamais bloqué sur votre idée en vous disant qu'elle n'est pas révolutionnaire.

Voici une liste non-exhaustive des 10 règles à respecter pour avoir une bonne idée[1] :

→ **Passion :** vous devez être passionné par votre idée, le marché, son ambition, etc., car seule la passion vous poussera à bosser comme des fous, à pousser des murs et à réussir.

→ **Problème :** vous répondez à quel problème avec votre idée ? Il y a toujours un problème et il faut qu'il soit suffisamment compliqué ou embêtant pour que votre idée apporte une vraie différence.

→ **Revenus :** comment pensez-vous générer des revenus ? Même si cela pourra évoluer, vous devez identifier rapidement les sources de revenus pour votre entreprise. Sans ça, rien n'ira.

1. Source : Maddyness.

→ **Bénéfices :** quand et comment pourrez-vous atteindre l'équilibre ? Une fois de plus, cela évoluera mais vous devez vous poser la question au démarrage.

→ **Personnel :** quels sont vos besoins personnels ? votre style de vie ? Qu'est-ce qui est indispensable pour vous (amis, sport, voyage etc.) ? Identifier ces aspects dès le départ vous évitera le *burn out*.

→ **Marché :** une bonne idée n'est pas suffisante, il doit y avoir une opportunité de marché : la croissance du secteur, une loi qui vient de sortir, un acteur qui s'est lancé outre-manche qui cartonne, etc.

→ **Ambition :** jusqu'où votre idée peut-elle aller ? Existe-t-il des limites ? Ne vous enfermez pas dans un secteur trop petit car le nombre d'acteurs sera d'autant plus limité, la concurrence très rude et surtout le marché ne sera peut-être pas suffisamment profond.

→ **Différence :** votre originalité, votre différence sur votre produit, votre marketing, votre approche seront vos meilleures armes. Soyez sûr de l'être (différent).

→ **Barrières à l'entrée :** identifiez dès le départ vos forces et comment en faire des barrières à l'entrée. C'est important pour bloquer ou ralentir vos futurs concurrents mais aussi et surtout pour assurer votre croissance.

→ **Partager :** n'oubliez jamais de partager. Une bonne idée n'est pas un secret, c'est une problématique d'exécution, d'équipe, de timing. Donc n'ayez pas peur de partager et allez-y, foncez !

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Comment savoir si votre idée est intéressante ?

C'est assez simple. Afin de savoir le plus rapidement si votre idée est bonne ou mauvaise, vous devez la confronter. Pour ce faire, il existe plusieurs possibilités : les concours, start-up week-ends, *mash up*, concours de pitch, etc.

TÉMOIGNAGE

Julien Noronha, 31 ans, cofondateur de Widoobiz, le média des entrepreneurs

« On donne beaucoup d'importance à l'idée, alors que c'est facile d'en trouver. Le point clé, c'est de choisir un secteur qui nous plaît et de chercher ce qu'on pourrait y apporter. De là peut sortir une vraie bonne idée parce qu'elle vient du cœur.

Parler de son idée permet de la confronter au monde, de l'enrichir avec les avis extérieurs de professionnels, de clients ou d'utilisateurs. Sinon, on court le risque qu'elle ne convienne à personne. Mais cela ne signifie pas de tout dévoiler. On peut parler de son projet sans donner toutes les orientations de la stratégie.

Nous avons tout de suite communiqué sur notre idée de radio pour entrepreneurs sur des salons, auprès des médias, dans les réseaux d'entrepreneurs… Malgré nos lacunes – pas de formation journalistique ni de réseau – les portes se sont ouvertes. On a réussi à avoir des mentors, des conseils d'experts et de professionnels qui nous ont aidés. Ce qui n'était qu'une idée au départ est devenu Widoobiz.

Mais il faut savoir doser ce que l'on dit : à la fois assez pour avoir un vrai retour, tout en gardant confidentiels certains éléments stratégiques. Nous avions choisi de ne pas parler de notre site Internet, élément stratégique pour notre radio en ligne, dans lequel nous avons investi 40 % de notre capital. Nous avons soigneusement sélectionné une agence spécialisée et l'avons développé grâce à l'expérience de gens formés en communication. Le jour du lancement, nous nous sommes rendu compte que le site n'était pas assez ➜

« Apple » pour les jeunes et trop « djeuns » pour les anciens. On avait fait un site qui ne plaisait à personne. Si on l'avait montré au fur et à mesure, on n'aurait sans doute pas eu ce problème.

D'un autre côté, nous avions dévoilé notre nom qui était initialement « Yooz ». Il a été déposé une semaine avant nous. Notre erreur, c'est d'en avoir parlé sans l'avoir déposé. Donc parler, oui, mais se protéger en ne dévoilant pas tout ou en prenant les mesures nécessaires. »

À nos yeux, le meilleur moyen de confronter réellement votre idée reste le contact client : sortez le plus rapidement possible une première version de votre produit à moindre coût et allez le vendre à vos clients. Ce n'est que comme ça que vous percevrez les bons points, votre différenciation et les axes d'amélioration. Une fois cela accompli, le reste viendra tout seul : on continue, on itère ou on arrête et on repart de zéro. De nombreux entrepreneurs sont passés par là.

AVIS D'EXPERT

Pierre Alzingre, fondateur de l'agence Visionari (La start-up est dans le pré, Patent Shaker…)

« Il faut tout un village pour élever un enfant ; il faut tout un territoire pour faire grandir une entreprise." Les jeunes ont le meilleur environnement pour créer leur entreprise car ils ont l'appui d'anciennes générations. Leur approche de la création d'entreprise s'est transformée : ce n'est plus une finalité en soi, un signe extérieur de réussite que l'on construit à la force de sa seule volonté, contre vents et marées, mais plutôt une opportunité, celle de construire une œuvre collaborative, car c'est tellement plus facile quand on fait les choses à plusieurs.

Ce qui fait la force des entreprises aujourd'hui, c'est la rencontre avec des talents. Les outils digitaux sont de formidables outils d'employabilité pour les jeunes. Ils twittent sur ce qu'ils font dans leur entreprise et à tout moment, le plus haut niveau hiérarchique peut les repérer. Avec ces outils, ils sont détectables. C'est la même logique pour le jeune entrepreneur : il peut afficher immédiatement sa valeur et ses valeurs et rassembler des talents autour de lui.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Notre métier est d'entourer au mieux ces jeunes et de les connecter au territoire. En organisant des concours dans les lycées, les écoles, les facultés ou en collaboration avec les collectivités locales, nous donnons l'opportunité au jeune d'afficher ce qu'il aime et ce en quoi il est reconnu. Puis on lui demande de créer des équipes multiconnaissance/multicompétences, on le pousse à la mise en réseau. Ensuite, on demande à des entrepreneurs du territoire de tous profils de venir les accompagner. Et à partir d'un guide, le jeune travaille avec ses copains et va à la rencontre des acteurs économiques du territoire.

Qui a intérêt à voir leurs entreprises réussir ? Nous tous. Ainsi, ce jeune qui décide de créer sa boîte va devenir une star sur son territoire car il va être connu de tous les acteurs. Chacun participe à son succès et c'est une réussite collective portée par un jeune. »

TÉMOIGNAGE

Thomas Didier, 29 ans, cofondateur de Jogg.in, la plateforme qui donne du sens au running

« Au lancement du projet, nous n'avions aucun business plan formalisé, simplement quelques idées de monétisation, fonction du développement de Jogg.in et de la validation de certaines hypothèses pensées pendant la phase de réflexion en amont. Après une campagne de crowdfunding réussie, nous avons eu la chance de connaître un succès rapide avec beaucoup d'inscriptions en seulement quelques mois et des contacts avec de nombreuses marques. En plus de valider certaines hypothèses sur les leviers de monétisation de la plateforme, ces premiers bons résultats nous ont permis de financer son développement. Grâce à de nombreux projets pendant l'année qui a suivi le lancement, et à notre passage en incubateur, nous avons finalement affiné nos idées et formalisé notre business plan. »

Voici quelques pistes pour évaluer une idée. Elles sont souvent l'apanage des jeunes, qui ont peu d'argent mais beaucoup d'énergie :

→ innover sur un marché existant ;

→ reprendre une idée existante et l'amener sur un autre marché ;

→ importer un produit de l'étranger.

Innover sur un marché existant

TÉMOIGNAGE

Samy Ziani, 27 ans, cofondateur de Hast, marque de chemises et accessoires pour homme

« Nous étions réellement frustrés par le manque d'innovation dans le fonctionnement des sociétés dans le milieu de la mode. Pour nous, il y avait une vraie nécessité à dépoussiérer ce marché. Pourquoi, avec l'avènement d'Internet, les marques continuent-elles à fixer des prix aussi élevés alors que les coûts de distribution ne sont plus du tout les mêmes ? Sans boutique ni revendeur, pourquoi laisser autant de marge entre coût et prix ? Le consommateur doit sans cesse choisir entre la qualité et le prix, pour un produit consommable qui nécessite un renouvellement continu et nécessaire car la chemise est une pièce maîtresse du vestiaire masculin.

Nous avons souhaité proposer un positionnement innovant : nous changeons les codes de la mode traditionnelle en ne laissant plus de place aux marges surévaluées ou aux coûts intermédiaires imposés et en proposant des produits entièrement fabriqués en Europe à un prix maîtrisé et honnête, uniquement sur Internet !

Innover dans l'existant, c'est possible ! Il faut étudier le fonctionnement du marché dans lequel on souhaite s'insérer et tenter d'y apporter des améliorations. Il y a beaucoup de marchés un peu vétustes qui méritent d'être rajeunis, même ceux déjà bien établis, voire saturés ! »

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Reprendre une idée existante et l'amener sur un autre marché

TÉMOIGNAGE

Sabine Safi, 27 ans, cofondatrice de 1001pharmacies, pharmacie et parapharmacie en ligne

« 1001pharmacies était initialement une fausse bonne idée. Bonne idée, parce que beaucoup de monde dans l'industrie pharmaceutique avait imaginé un modèle similaire et savait qu'il y avait de la valeur à créer. Fausse bonne idée, parce que c'était extrêmement complexe à mettre en œuvre, à tel point que tous ces gens avisés avaient jugé que c'était infaisable ou que le jeu n'en valait pas la chandelle.

Cédric et moi n'ayant à cette époque quasiment aucune expérience, on ne voyait que le positif et on s'est lancés. On a découvert le reste à l'usage : les deux ans de galère pour lancer le site, les coups de massue juridiques, le modèle très consommateur de cash, les conflits avec l'industrie pharmaceutique… On a continué à penser que c'était une bonne idée, parce que malgré toutes les galères, on avançait un peu tous les jours. On a toujours un prochain jalon devant nous, et tant qu'on continue à en franchir régulièrement, on considère qu'on est sur la bonne voie : un financement, les premiers vendeurs sur la marketplace, les premières commandes, l'intérêt de la presse, une levée de fonds, une équipe enthousiaste, une courbe d'activité qui continue de croître, etc. Bref, si on part sur une mauvaise idée, sur un mauvais marché (ou une idée sans marché !), ça ne marche pas. Mais une bonne idée peut aussi en devenir une mauvaise selon la manière dont elle est exécutée, selon le timing, selon la (mal)chance… des opportunités de se planter en cours de route, on en a tous les jours ! »

Importer un produit de l'étranger

TÉMOIGNAGE

Michael Cohen, 30 ans, cofondateur de Bagel Corner, enseigne de restauration rapide spécialisée les bagels

« Nous avons trouvé l'idée de Bagel Corner un peu par hasard. En fin de Master, nous étions en mission pour la chambre de commerce de Paris à Budapest pour aider les entreprises françaises à s'implanter en Hongrie. Pendant notre temps libre, au hasard de balades dans les petites rues de Budapest, on voyait souvent des petites échoppes de bagels et notamment des chaînes de restauration rapide autour de ce produit. Nous voulions créer notre entreprise après nos études, le produit était nouveau en France, nous avons saisi l'opportunité. Nous nous sommes adossés à quelques études et nous avons constaté qu'il y avait une réelle place pour les fast-foods à thème sur des produits spécifiques, dans un contexte où la restauration rapide prenait le dessus sur la restauration traditionnelle. Nous avons cherché le financement et l'emplacement et l'aventure a commencé en 2011.

Bien sûr, nous n'avions aucune garantie de succès : il y a toujours l'incertitude du marché. Mais les risques étaient calculés. Le bagel n'est pas un produit très différent du sandwich et on se disait que sur un bon emplacement à Paris avec un concept un peu attractif en restauration rapide, les risques étaient limités. Nous nous sommes d'ailleurs développés assez rapidement : nous avons aujourd'hui 10 restaurants, un objectif de 20 en fin d'année 2015 et 60 pour 2018 dans toute la France. »

Cas pratique

En complément en ligne sur le site **www.dunod.com** à la page du livre, découvrez le cas thetops et le témoignage de Benjamin Guerville.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Répondre à un enjeu de société

TÉMOIGNAGE

Benjamin Dupays, 25 ans, fondateur de Centimeo

« À la base de Centimeo, il y a mon intérêt pour les modèles économiques orientés vers la réponse à un problème social. En effet, notre activité est d'utiliser les pièces rouges en distribuant des produits issus de l'artisanat local dans des machines fabriquées par des travailleurs en insertion. Ces pièces sont réinsérées gratuitement dans l'économie auprès des commerçants de proximité, et les bénéfices sont reversés à l'associatif local. Cela permet à l'État de faire des économies énormes sur la frappe de pièces tout en permettant aux commerçants d'avoir accès à ces pièces gratuitement, aux artisans locaux de mettre en avant leurs produits, aux consommateurs de se faire plaisir à coût réduit et aux associations locales de trouver des relais de financement et de visibilité. Le tout en générant de la valeur ajoutée, créatrice d'emplois d'insertion.

Je suis ainsi venu à l'entrepreneuriat par opportunité et je m'y enrichis. C'est un moyen de vivre beaucoup de choses de manière extrêmement concentrée, de se familiariser avec le monde, d'appréhender les problématiques contemporaines, de s'enrichir du réseau que l'on peut avoir et des expériences que l'on peut faire. »

Reprendre une entreprise

L'idée révolutionnaire n'est pas la seule option dans la création d'entreprise. Il existe aussi une autre voie pour être entrepreneur : reprendre une entreprise. Ce n'est pas plus facile, ni plus difficile, simplement différent et demandant là aussi un bon accompagnement.

Cependant, la reprise de petites entreprises artisanales qui ne demandent qu'à être modernisées devient une véritable option.

TÉMOIGNAGE

Bruno Tollu, 28 ans, Les Cycles N, location de vélo sur l'Île de Ré

« Mon projet de reprise est fondé sur une relation de confiance et de transmission accompagnée. Depuis 2003, j'ai fait les saisons avec l'ancien gérant. Sur les dernières années, j'ai fait évoluer l'entreprise dans divers secteurs, ce qui lui a permis de devenir aujourd'hui un magasin de référence sur l'île. J'aurais pu créer une entreprise de mon côté, mais j'avais mis tant d'énergie et de détermination dans le développement de ce magasin que laisser l'aventure en route aurait été un regret. Dans un secteur comme le tourisme, si on n'a pas le bon emplacement, ça ne marche pas. Pour créer, il faut évaluer tous les paramètres, et dans mon cas, la reprise était évidente. L'historique, la clientèle, l'emplacement, tout était déjà en place et performant. »

TÉMOIGNAGE

Estelle Delmas, 31 ans, Stern graveur, atelier spécialisé dans la gravure de papier

« Passionnée d'archives historiques et émue qu'une si formidable collection d'outils gravés et de documents anciens soit sur le point d'être dispersée, j'ai décidé spontanément de l'acquisition du fonds de commerce. Immédiatement, j'ai reçu des témoignages de clients qui, depuis trois voire quatre générations, réalisaient leur papeterie chez Stern graveur et m'enjoignaient de perpétuer cette tradition.

Si relancer l'activité s'est imposé naturellement, cela n'a pas été sans difficulté : il a fallu apprendre le métier, trouver les fournisseurs adéquats, garantir à chaque réalisation un produit à la hauteur de l'exigence de nos clients. Les atouts de cette reprise – une clientèle prestigieuse et une renommée presque bicentenaire – s'accompagnent d'un challenge quotidien : tout mettre en œuvre pour les conserver. Nous associons les complémentarités de nos savoir-faire et des nouvelles technologies afin de proposer un produit qui corresponde aux attentes des entreprises de l'univers du luxe. »

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

L'essentiel

Comment trouver une idée ? L'idée ne suffit pas pour réussir. C'est nécessaire mais pas suffisant. Il faut la professionnaliser en structurant sa construction.

La Bonne Idée existe-t-elle vraiment ? Elle peut exister, mais le contexte est tout aussi important. Une fois l'idée en place, vous pourrez alors structurer le lancement du projet et ainsi la tester.

Comment savoir si votre idée est intéressante ? Vous devez en priorité répondre à un besoin, une attente, un problème, dans un contexte marché favorable. Il vous faudra alors faire preuve de ténacité pour regrouper les bonnes énergies au sein de votre projet.

Reprendre une entreprise est une autre piste, tout aussi *challenging*. Néanmoins, nous vous conseillons d'avoir un minimum d'expérience pour vous lancer dans cette voie.

Vers un plan d'action

- Listez les marchés et les secteurs qui vous plaisent.
- Recensez les choses les plus importantes dans votre vie personnelle.
- Restez ouverts et proactifs pour noter vos bonnes idées.
- Creusez chacune de vos idées pour découvrir les opportunités.

3

La constitution de l'équipe autour du projet

Impose ta chance, serre ton bonheur et va vers ton risque.
À te regarder, ils s'habitueront.
René Char

Objectifs

- Découvrir les solutions pour créer son équipe.
- Comprendre l'importance de l'équipe.
- Savoir comment réagir si jamais cela ne devait pas bien se passer avec son équipe.

L'équipe est la fondation de votre projet. Les VC (*venture capitalists*) ont l'habitude de dire qu'ils investissent d'abord dans une équipe, puis dans un projet. Et c'est totalement cohérent. En effet, avant de vous lancer, la seule certitude que vous devez avoir, c'est d'être une bonne équipe.

Les associés qui composent votre équipe doivent être unis par un contrat (pacte d'actionnaire), mais surtout par un contrat de confiance. Vous allez passer plus de temps avec eux qu'avec vos amis ou votre famille, vous allez traverser des périodes de poussées d'adrénaline très fortes, mais aussi et surtout des étapes difficiles qui nécessiteront une totale confiance entre vous.

Nous verrons dans ce chapitre les solutions et les bonnes astuces pour constituer une équipe et la meilleure façon de la structurer pour anticiper les mauvais « mariages ».

La constitution de l'équipe

Étape 1 : apprenez à vous connaître

Pour bien structurer votre équipe, la première étape est d'analyser quelles sont vos forces et faiblesses. Car une équipe, c'est avant tout une association de compétences et une vraie complémentarité.

C'est tout simple mais efficace : construisez un tableau comme le tableau suivant afin de faire ressortir les compétences manquantes pour votre idée. Dans la colonne « Compétences », listez toutes les compétences requises pour le projet. Dans la deuxième colonne, attribuez le coefficient d'importance de la compétence listée (par exemple, pour un site e-commerce, le marketing digital, la connaissance produit et la logistique sont

des compétences très importantes). Établissez des coefficients de 0 à 10, 10 étant le plus important. Ensuite, notez-vous sur cette compétence et enfin vous obtiendrez une note finale (qui peut être de 100 au maximum par compétence) qui vous permettra d'identifier les lacunes du projet et donc de chercher précisément les compétences nécessaires.

Tableau 3.1 – Exemple de tableau de compétence personnelles
(Ne vous limitez pas dans le nombre de critères)

Compétences	Coefficient d'importance dans le projet	Votre note objective	Note finale
Marketing digital	9	4	36
Logistique	10	8	80
Connaissance produit	8	1	8

Vous pouvez, en plus des compétences opérationnelles, lister les traits de personnalité qui seront un critère déterminant pour la suite. Une fois cette première étape réalisée, à vous d'aller chercher les bons associés.

TÉMOIGNAGE

Scarlette Joubert, 30 ans, cofondatrice de Marlette, préparations bio pour pains et pâtisseries

« Avec ma sœur Margot, on est très différentes et on a chacune nos domaines de compétence.

Au début de notre association, ce n'était pas simple. Pendant une création, avec les tâtonnements de la mise en place, des tensions s'installent. Et avec une sœur, les désaccords peuvent aller très loin. Mais comme on a eu l'habitude de se chamailler toute notre vie, même si on a eu des moments durs, la seconde d'après c'était oublié. C'est la force de la famille.

➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

➜
Une fois les choses mises en place, la répartition des taches s'est faite naturellement. Chacune a fait un peu ce qui lui plaisait. Ce que Margot fait dans l'entreprise, je détesterais le faire et inversement. On est très complémentaires : chacune a son espace, on se fait confiance et je pense que c'est la clé de la réussite de notre association. »

La dream team existe-t-elle vraiment ?

Il n'existe pas de règle à proprement parler. De fantastiques réussites ont été créées par des entrepreneurs seuls, par des teams de 2, 3, 5, par des amis d'enfance, par des frères et sœurs, par des couples, mais aussi par des gens qui ne se connaissaient pas avant…

Ne vous mettez donc pas de limite ou de blocage. Le plus important est de trouver la bonne équipe qui sera complémentaire et qui saura trouver comment développer la société pour la mener vers la réussite. Enfin, pensez aussi que vous pouvez vous entourer de personnes non opérationnelles qui sauront vous faire passer une étape supplémentaire en termes d'expérience notamment. Ces personnes peuvent être regroupées dans un comité stratégique et rémunérées (ou pas) *via* des BSA (Bons de souscription d'actions). Les BSA vous permettent de rémunérer des personnes physiques ou morales par des actions de votre société. L'avantage des BSA est qu'ils sont soumis à des objectifs d'obtention que vous fixez. C'est un excellent moyen d'avoir des avis extérieurs pour challenger l'équipe.

Une fois votre première étude menée et si personne dans votre entourage ne correspond à ce que vous cherchez, alors utilisez tous les réseaux possibles et imaginables pour trouver la bonne personne : diffusez une annonce sur vos réseaux

d'écoles, allez dans des afterworks, participez à des start-up week-ends… Et si vous ne trouvez toujours pas, avancez seul alors sur votre projet ; vous aurez toujours le temps de recruter des associés intéressés au capital.

Comment choisir ses associés

TÉMOIGNAGE

Jules Neret, 24 ans, cofondateur de La Parfume, créateur de e-nectars

« La "dream team", c'est comme l'amour, c'est un phénomène qui survient quand tous les éléments favorables sont réunis et que chacun y met du sien !

Dans l'histoire de notre société, nous avons plus couru après les compétences qu'après les financements. En 2013, quand nous avons décidé de nous lancer sur le jeune marché de la cigarette électronique, il n'y avait pas ou peu de professionnels exerçant historiquement dans ce secteur d'activité. Nous avons dû imaginer quelles compétences existantes pouvaient répondre à nos besoins. Nous avons commencé par démarcher un laboratoire cosmétique dont le cœur d'activité et les normes de qualité et de sécurité pouvaient se rapprocher de nos besoins et de nos attentes en matière de production. Nous avons ensuite contacté un nez-aromaticien, M. Jean-Charles Sommerard, dont l'expertise et le savoir-faire nous ont permis d'imaginer et de concevoir des signatures aromatiques uniques, nous offrant un avantage concurrentiel certain. Nous avons ainsi continué à chercher une à une les compétences liées à la viabilité de notre projet ainsi qu'au prestige que nous souhaitions donner à notre offre. Pour recruter ces collaborateurs et associés, nous avons choisi des profils ayant un environnement et une situation personnelle favorable à la création d'entreprise. »

Certains entrepreneurs n'hésitent pas à se lancer en famille. C'est à la fois un risque et une belle opportunité de construire quelque chose d'extraordinaire avec ses proches.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

TÉMOIGNAGE

Maxime Tait, 24 ans, fondateur de QK confiserie, la référence française du bonbon anglais

« En créant cette entreprise, j'ai réalisé le rêve d'enfant de mon père. Notre association était donc une évidence. Mais les rôles sont vraiment identifiés. Être associés, c'est être complémentaires et c'est vraiment notre cas. Je suis le jeune formé au marketing et à la communication, le gérant qui met en œuvre le projet. Mon père s'occupe des chiffres. Notre troisième associé, qui a une entreprise de bâtiment, construit les boutiques.

Au quotidien, je suis seul dans l'entreprise, chacun de mes associés ayant une autre activité, mais je me nourris de leur expérience. Avoir des associés plus âgés est riche en retour d'expérience, on avance vite. Mon père m'aide, me soutient, et surtout me conseille. Par exemple, en tant que partenaire du festival d'Anjou, on devait offrir des bonbons sur notre stand. J'hésitais à faire cet investissement : quand on est jeune, qu'on démarre, c'est difficile de donner ces bonbons que vous avez achetés sans obtenir un bénéfice immédiat. Vous voudriez que l'argent rentre. Mon père a coupé court à mes réticences et m'a dit : « Fais-le ». Il avait raison : ceux qui y ont goûté sur le festival viennent tous à la boutique acheter des bonbons depuis. Avec quelqu'un du même âge que moi, qui a le même mode de pensée, on aurait sûrement renoncé à participer au festival. J'ai probablement gagné 5 ans et 500 clients avec cette opération.

En revanche, il est possible que l'association soit différente si mon père vient travailler au quotidien dans l'entreprise. Si c'est le cas, j'envisagerai d'occuper d'autres fonctions, comme le développement à l'export. »

Se lancer seul

Se lancer seul est toujours une possibilité. Il n'y a pas de règle de succès absolu. Il faut juste être au courant des risques (et des opportunités) de se lancer seul dans une aventure si ambitieuse.

TÉMOIGNAGE

Olivier Clerc, 29 ans, fondateur du Domaine Ecotelia, hôtel de plein air écologique et insolite

« J'ai toujours voulu créer ma propre entreprise et j'ai choisi de faire une école de commerce pour acquérir les compétences nécessaires. J'ai eu l'opportunité de me lancer rapidement dans l'entrepreneuriat et les circonstances ont fait que j'ai démarré seul. Le projet m'a demandé six ans de travail à temps complet avant la mise en œuvre. Même si être seul n'est pas simple, je n'ai pas vécu la situation comme pesante. Bien sûr, à différentes étapes du développement, j'ai ressenti le besoin d'échanger, de confronter mes idées et j'ai envisagé de chercher un associé, mais je n'ai pas rencontré la bonne personne à ce moment-là. Pour créer un hôtel de plein air écologique, situé à l'écart d'une grande agglomération, ce n'est pas simple de trouver un associé parce que cela conditionne aussi son projet de vie.

Le sentiment de solitude est récurrent lorsque je voudrais partager les tâches au lieu de travailler à 100 % de mon temps, partager les succès et encaisser les échecs. C'est ma famille qui me permet de me ressourcer et de me libérer l'esprit.

Avec le recul, je ressens le fait d'être seul comme un avantage : on va plus vite dans la prise de décision, on ne doit pas affronter des mésententes récurrentes, ou les divergences sur le projet. Aujourd'hui j'ai trois collaborateurs avec qui je peux continuer à bâtir mon projet lancé depuis peu. »

Chercher un associé

La recherche d'associés n'est pas aisée. Ne perdez pas espoir, cela peut prendre du temps.

Au pire, avancez sur votre projet : c'est aussi en avançant que vous rencontrerez et attirerez des personnes capables de vous rejoindre. Quand le projet prend forme, il est bien plus simple de trouver des associés qu'au démarrage.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

TÉMOIGNAGE

France Hureaux, 30 ans, fondatrice de Zelip, plateforme de devis en ligne pour travaux d'artisanat d'art

« Quand je me suis lancée seule dans le projet de plateforme Zelip, je savais déjà que je n'aurais pas continué sans un associé développeur ; pour moi, c'était indispensable. Ce n'est pas une étape facile et j'ai utilisé tous les moyens à ma disposition : activation de mon réseau d'anciens, sites de mise en relation, participation à des événements… Le processus a duré environ six mois. Entre-temps, j'ai demandé à un ami de me faire un prototype pour Zelip, qui a concrétisé le projet.

J'ai été étonnée d'avoir l'embarras du choix parmi beaucoup de candidats, mais ce n'est pas simple de choisir le bon. J'étais très claire sur le projet, généreuse sur les parts, flexible sur la technologie et le statut mais exigeante sur les compétences. J'ai par exemple rencontré quelqu'un de très bien mais dont la grande expérience me faisait un peu peur. Finalement, j'ai rencontré Fabien par l'intermédiaire d'un site. Il a mon âge et il est comme moi, passionné par le projet. C'est un peu un « couteau suisse » : il a toutes les compétences requises !

Je pense que la portée sociale de mon projet a facilité les rencontres : les développeurs ont tous un peu cette fibre de vouloir changer le monde et sont attirés par ce type de projet. Aujourd'hui, nous avons une troisième associée, spécialisée en marketing et communication, rencontrée *via* Internet également. »

Y a-t-il des cas ou la relation d'associé ne fonctionne pas ?

L'association ne se passe pas toujours bien. C'est comme un mariage : le taux de divorce est très élevé ! Il faut juste être réaliste et prendre cela comme une problématique business. Le mieux est d'en parler et d'être sincère l'un envers l'autre. Et si vous devez vous séparer, il faut avant tout penser à la sauvegarde de la société, et donc préparer le changement.

Relativisez : il s'agit d'une étape certes difficile, mais pas forcément mortelle pour la société.

TÉMOIGNAGE

Joséphine Boulinguez, 31 ans, cofondatrice de Simalti, centre spécialisé dans la simulation d'altitude

« Quand nous nous sommes lancées dans l'aventure de Simalti, nous étions étonnées des mises en garde sur notre association. Au départ, nous étions d'accord sur le projet et l'objectif commun, qui était de créer. Où pouvait être la difficulté ? Je n'ai compris qu'après que les problèmes arrivent, avec le développement. Nous avons concrétisé le projet qui nous tenait à cœur mais nous avons réalisé *a posteriori* que nous n'avions pas la même vision de ce que nous voulions faire de cette création.

Dans les premières phases de création, on ne pense vraiment qu'à l'objectif premier : pour nous, l'ouverture du centre. Mais la donne a changé au moment de parler de l'avenir à cinq ans. J'avais une vision ambitieuse du projet en voulant développer des franchises et implanter le concept plus largement à l'étranger, tandis que l'objectif de mon associée était de créer son emploi. À partir du moment où nos idées ont divergé, des tensions se sont installées.

Une association peut marcher si la vision à long terme est similaire, y compris en ce qui concerne l'impact sur sa vie. Être entrepreneur exige une implication 24/24 et les choix de vie y sont forcément liés. L'association, c'est comme un mariage : il faut emprunter un chemin similaire, sinon ça ne peut pas marcher. »

Il y a aussi ceux qui se lancent avec le capital d'une vingtaine de copains, qu'il peut être difficile ensuite de faire partir…

TÉMOIGNAGE

Nicolas Rohr, 28 ans, cofondateur de Faguo

« Lorsque nous avons créé Faguo, nous avons voulu associer nos amis à notre démarche pour deux raisons simples. D'abord pour répondre à un besoin financier – les copains ont apporté ce que les banques ➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

➜
refusaient –, mais également pour créer une communauté en les associant à la communication de la marque. Nous voulions qu'ils soient les ambassadeurs de Faguo dans leur région. Notre prise de risque était calculée : au pire, ils auraient récupéré leur investissement, comme nous le leur avions présenté dans le business plan. 1 000 euros est une somme importante à 23 ans, il fallait les rassurer.

Avec le temps, nous avons instauré une relation professionnelle. Nous avons créé une newsletter pour les tenir informés et accentué leur rôle privilégié d'acteurs de premier rang.

Quand nous avons voulu racheter leurs parts, même si le côté affectif est entré en jeu et qu'il n'a pas été simple pour eux de quitter l'aventure, la relation professionnelle a permis d'aborder la situation sainement. Le business plan était clair : sans l'investissement que pouvait nous apporter un investisseur plus gros mais qui ne voulait pas avoir plus de trois associés, Faguo n'avait pas d'avenir et les associés actuels n'avaient pas les moyens financiers de soutenir la croissance. »

Faut-il toujours un leader ?

Lors de la création d'une société, il y a généralement une personne qui a l'idée, et qui devra être capable de motiver plusieurs personnes à rejoindre son projet en commençant par des associés, puis des clients, des partenaires, des investisseurs, etc. En revanche, cette personne moteur peut changer avec le temps.

Exemple : Mark Zuckerberg a magnifiquement bien lancé Facebook et l'a amené à un niveau déjà très haut. Mais pour que Facebook devienne cette société valorisée à des dizaines de milliards de dollars, il a fallu recruter une personne leader sur la partie business en la personne de Sheryl Sandberg.

Comme pour toutes les étapes de vie d'une société, il faut savoir avancer autour d'un leader mais aussi savoir passer le relais lors d'une situation nouvelle ou pour franchir une nouvelle étape. Une fois de plus, c'est l'avenir de la société qui compte.

TÉMOIGNAGE

Xavier Aguera, 29 ans, Charles Brun et Quentin Couturier, fondateurs de See Concept, lunettes de lecture design

« Le fonctionnement d'une association à trois est une gymnastique qui n'est pas simple à mettre en place. Pour lutter contre toutes les « faiblesses » de la jeunesse, nous nous sommes toujours entourés de conseils, de coachs ou de mentors. Nous nous sommes abreuvés de leur expérience pour éliminer les risques. Nous avons observé que beaucoup de nos aînés ont entrepris seuls la création de leur entreprise, alors que la plupart des gens de notre génération se lancent à plusieurs. Depuis le départ, on nous avait mis en garde. Bien sûr, les deux premières années, il y a eu un peu de flottement, on s'est un peu marché sur les pieds. Mais nous avons rapidement appréhendé le problème et mis en place un mode de fonctionnement clair.

Nous avons tous les trois des profils similaires, un diplôme d'école de commerce, et une compétence dans la vente. Nous nous sommes donc réparti les secteurs : l'un est responsable de la vente France (et de la communication), l'autre de la vente export (et de la finance) le troisième est sur un marché plus petit et s'occupe principalement des développements produits, des achats et de la logistique. Les tâches sont bien réparties et nous avons des réunions fréquentes, plusieurs fois par semaine pour arbitrer point par point. Nous pouvons ainsi confronter nos idées, aborder les bonnes questions. Et « 3 » est un meilleur chiffre que « 2 » en association : il peut y avoir une majorité.

Par ailleurs, le travail en équipe fait évoluer les idées plus vite. On bâtit une stratégie ensemble. Bien sûr, cela dépend du secteur, mais une entreprise, c'est comme une équipe de sport collectif : on crée un produit, il faut savoir le produire, le distribuer, communiquer… Chacun amène ses compétences. Nous travaillons de façon collégiale et cela fonctionne. »

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Structurer son association

La base de toute association : le pacte d'associés

Une association est comme un mariage. On s'engage sur la durée, « pour le meilleur et surtout pour le pire ». De nombreux mariages sont régis par un contrat. C'est ABSOLUMENT indispensable dans le cadre de la création d'une entreprise avec des associés.

Pour cela, rien de plus simple : il faut rédiger un pacte d'actionnaires. Vous pouvez vous faire accompagner par un avocat pour ces démarches. Dans ce pacte, vous devrez inscrire quelques clauses classiques comme le *bad leaver* (si l'un des associés part avant une période définie, il perd tout ou partie de ses parts) ou des clauses d'exclusivité (qui empêchent vos associés de monter d'autres structures que celle dans laquelle ils sont déjà engagés). Avec vos associés cofondateurs, seules ces deux clauses sont indispensables. Mais le pacte aura aussi et surtout le mérite de mentionner par écrit la répartition des parts. Pensez à vous inspirer des solutions opensource comme jurismatic.com.

CONSEILS PRATIQUES

› L'expérience passée ne doit pas compter. Ce n'est pas parce qu'une personne a 10 ans d'expérience et vous 0 qu'elle devrait avoir plus de parts. Ce qui compte, c'est le présent. Qui apporte quoi ? L'idée ? Les fonds ? Les clients ? Les partenaires ?...

C'est généralement à cet instant que vous verrez si vous êtes en phase. Car la répartition des parts servira de fondation. Bien évidemment, cela dépend du nombre d'associés. Sachez qu'il est très difficile d'en parler, car chacun des associés a l'impression d'apporter plus que les autres.

La répartition du capital

Dans cet exemple, nous allons essayer de répartir équitablement le capital entre 4 cofondateurs qui ont des profils différents. Le

coefficient représente l'importance de la compétence pour le projet (entre 0 et 5 où 5 est le plus élevé). Ensuite, chacun se note ou se met d'accord sur une note (de 0 à 100 où 100 est le plus fort).

Tableau 3.2 – Exemple de répartition du capital
(Ne vous limitez pas dans le nombre de critères)

	Coefficient	Jérôme	Isabelle	Léon	Charlotte
Développement technique	5	80	0	30	20
Marketing	2	10	70	40	50
Force commerciale	4	20	30	75	45
Finance & Funding	3	0	20	30	75
Juridique & Comptable	1	0	20	0	0
Total	2065	500	340	620	605
% de parts	**100 %**	**24 %**	**16 %**	**30 %**	**29 %**

Nous rappelons ici que s'associer et répartir le capital n'est pas un jeu. Cela doit être une décision « froide » basée sur le projet et son futur. Dans cet exemple, on peut voir que les personnes qui ont le plus de capital sont celles qui ont les meilleures compétences nécessaires au projet. À part Jérôme qui est le CTO (*Chief Technical Officer*, autrement dit le Directeur technique), les autres ont des profils complets mais avec des forces prédominantes. Cette technique n'est pas parfaite mais permet au moins de poser les bases de la discussion et de voir rapidement les désaccords.

La liste peut être longue. Une fois de plus, il n'y a pas de règle car il est extrêmement dur de valoriser ce que les associés apportent le jour J et ce qu'ils apporteront dans le futur. La seule règle qui fonctionne, c'est qu'à la fin des négociations (oui, ce sont généralement des négociations), tous les associés doivent être à l'aise

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

avec la répartition des parts et vous devez vous en assurer. Car si tel n'est pas le cas, cela ressortira lors d'un moment difficile et pourrait mettre la société en grand péril. N'oubliez surtout pas de noter cela par écrit. Sinon, cela ne fonctionnera pas.

Bon à savoir

- Évitez le 50/50 si vous êtes deux, car en cas de désaccord, aucune personne ne peut prendre le *lead*.
- Tout le monde doit être motivé, donc si vous êtes trois ou quatre dès le départ, faites une répartition égalitaire.
- N'hésitez pas à recruter dans un second temps d'autres associés plus expérimentés avec des parts minoritaires.
- Il est important qu'il y ait un « *lead* », une personne qui aura une part plus importante pour représenter la boîte devant les actionnaires et au sein de l'équipe.

La répartition des responsabilités

Après avoir bien établi cette base, qui n'est pas toujours l'étape la plus plaisante, vous devez vous mettre d'accord sur la répartition des rôles et des responsabilités au sein de la boîte. Vos forces et vos meilleures compétences doivent être mises au service de l'entreprise. Pour ce faire, vous devez laisser de côté vos *ego* et simplement avancer en ce sens. Qui est le plus financier et à même de gérer le plan de trésorerie de la boîte ? Qui est le plus commercial pour aller vendre le service ? Qui parle le mieux en public pour se présenter devant les médias le cas échéant ?...

Tous ces points peuvent vous paraître futiles au lancement du projet mais sans fondation solide, il n'y aura pas de mur et encore moins de toit. Et comme vous visez de bâtir les plus hauts gratte-ciel du monde, assurez ces bases dès le démarrage pour éviter de tout planter quelques mois ou années plus tard, car ces sujets ressortiront inévitablement.

Et si on devait se séparer d'un associé ?

Les histoires sont souvent belles mais comme tout, parfois cela ne dure pas. Ce n'est pas nécessairement une fatalité. Si vous avez mis en place les éléments ci-dessus (le pacte d'actionnaires notamment), vous vous en sortirez beaucoup mieux.

Plusieurs raisons peuvent expliquer le départ d'un associé :

→ un désaccord avec la stratégie donnée à la société ;

→ un manque de compétences pour gérer la société : certains entrepreneurs sont des *launchers* et d'autres des développeurs. Peu sont les deux à la fois ;

→ un licenciement par les actionnaires ;

→ un non-respect du pacte ;

→ une envie de changer de vie, notamment d'un point de vue personnel…

Comme tout changement, cela ne doit pas être vécu comme une fatalité mais comme une évolution. Et à l'instar de toutes les évolutions apportées à la société, vous devez la préparer, l'expliquer et l'accompagner. La communication au sein de l'équipe et des actionnaires devra être bien menée afin de les accompagner dans le changement.

Cas pratique

En complément en ligne sur le site **www.dunod.com** à la page du livre, découvrez le cas thetops et la raison pour laquelle Vincent et Maxime sont associés.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

L'essentiel

La constitution de l'équipe. Définir, créer, constituer puis structurer son équipe n'est pas chose aisée. Il faut prendre le temps de se poser. Ce temps est nécessaire car c'est la partie la plus importante dans votre projet. Celle qui vous servira de fondation. Il n'y a pas de règle à la constitution d'une équipe qui réussit : vous devez simplement construire celle qui saura réussir le projet tel que vous le définissez. Le maître à bord, c'est vous avec votre équipe.

Structurer son association. Le pacte d'associé et la répartition du capital sont des éléments cruciaux et permettent, dès le départ, la mise à plat des attentes personnelles et capitalistiques. Une fois cette base établie, passez du temps ensemble et apprenez à vous construire. L'échange et la transparence seront la clé de votre réussite.

Plan d'action

- Définissez vos forces et faiblesses ainsi que les compétences nécessaires pour le développement de la société.
- Intégrez les réseaux ciblés des profils que vous recherchez.
- Structurez bien votre capital et votre pacte d'actionnaires.

4

La concrétisation de l'idée

Dans le domaine des idées, tout dépend de l'enthousiasme ; dans le monde réel, tout repose sur la persévérance.

Johann W. von Goethe

Objectifs

- Comprendre l'intérêt d'un business plan pour son projet.
- Identifier les points clés de son business plan.
- Évaluer ses atouts avant de se lancer.

C'est décidé, vous vous lancez ! Du moins, vous faites le pas de plus vers la création de l'entreprise : vous passez d'une idée à un projet construit.

Nous l'avons évoqué dans le chapitre précédent, vous devez parler de votre idée. À vos amis, votre famille, votre entourage proche, vos professeurs si vous êtes étudiant, parce qu'ils y réagiront et que toutes leurs réactions sont bonnes à prendre, favorables ou défavorables.

Vous pouvez également, sans tout dire, aller en parler aux acteurs du secteur. Au-delà des réponses qu'ils vous apporteront, cela vous permettra de commencer à construire votre réseau.

C'est aussi le moment idéal pour commencer à vous entourer de professionnels spécialistes de l'accompagnement des entrepreneurs.

C'est donc le moment de vous lancer dans l'action. Alors, pourquoi perdre encore du temps à écrire un business plan ?

TÉMOIGNAGE

Guillaume Lecointre, 27 ans, cofondateur de Lecointre Paris, restauration collective de prestige

« Au retour d'un voyage aux États-Unis l'année de mes 20 ans, c'est avec la parution de la loi sur l'interdiction de fumer dans les lieux publics que m'est venue l'idée des *corner cafés*.

Quand on décide d'entreprendre à 20 ans, on ne connaît clairement rien : l'école n'apprend pas à devenir entrepreneur. Très peu de gens m'ont soutenu. L'entrepreneuriat fait peur à cause du manque d'informations sur le sujet. Mes parents voulaient que je reste sur la voie sécuritaire des études. Alors j'ai arrêté d'en parler et tout fait dans leur dos. Pendant trois ans, ils pensaient que j'étais encore étudiant !

➜

Pour créer Lecointre Paris, je me suis associé avec un ami d'enfance plus âgé, ce qui m'a énormément apporté. Moi j'avais les idées un peu folles, lui était beaucoup plus rigoureux et structuré pour avoir travaillé avec ses parents entrepreneurs. Le décalage entre la vie étudiante et mon rythme de travail m'a éloigné de mes amis. Je me suis concentré sur mon entreprise, je n'avais qu'un vecteur de pensée : le travail. J'ai un léger regret aujourd'hui de ne pas avoir partagé ces moments de vie mais j'ai vécu une expérience formidable. J'ai construit une société qui a maintenant une centaine de salariés et j'en suis fier. »

TÉMOIGNAGE

Ahmed Akaaboun, 27 ans, fondateur de Greenface, entreprise de rénovation écologique de bâtiment

« Mes débuts dans l'entrepreneuriat n'ont vraiment pas été encouragés. Le BTP n'est pas un métier glamour ni valorisant et au départ, je ne l'ai pas dit à mon entourage ni à mes parents qui m'auraient poussé à continuer mes études. Côté collaborateurs, quand vous embauchez un « vieux » qui a de l'expérience, il vous prend de haut. Et face aux banques et aux assurances, ma jeunesse n'a pas été un atout.

Mais j'avais fait ce choix à partir de plusieurs constats simples : le marché de la rénovation est un métier traditionnel qui a de l'avenir, on ne peut pas le délocaliser, il y a beaucoup à faire dans le domaine de l'écologie, et il n'y a pas de leader sur ce marché spécifique. Je voulais devenir le Midas de la rénovation en prenant en compte des éléments simples comme les délais, la qualité d'exécution et apporter une touche écologique.

Pour y arriver, j'ai avancé pas à pas. J'ai acquis de la crédibilité auprès des clients en m'entourant de gens techniquement compétents et j'ai commencé par des petits chantiers à la hauteur de ce que je pouvais assurer avec un capital de départ de 500 euros, reste de mon argent de poche.

Finalement, avec le succès, les gens considèrent le travail que vous faites et le respectent parce que ça marche. Les difficultés de départ, ma jeunesse et le fait de ne pas venir de ce milieu ont été un atout : cela m'a permis d'apporter une autre vision dans ce secteur. »

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Faites-vous votre propre idée du business plan

Des milliers de pages ont déjà été écrites sur le business plan ; nous nous contenterons ici d'apporter quelques réflexions qui correspondent aux questionnements ou remarques que formulent les jeunes entrepreneurs et à ce que nous ressentons en les côtoyant au quotidien.

Y a-t-il un cadre type pour le business plan ? Combien de pages doit-on écrire ?

Avant de vous lancer à corps perdu dans un business plan, quelle que soit sa forme, la première chose à définir est votre ambition par rapport à votre projet : souhaitez-vous créer votre propre emploi ou envisagez-vous un développement international d'ici 5 ans ?

En effet, nous vous mettons au défi d'arriver à destination si vous ne savez pas dès le départ où vous allez !

Les objectifs intermédiaires de ce voyage sont très nombreux, et vous voyez immédiatement que vous n'aurez pas à convaincre le même nombre d'interlocuteurs. Mais dans tous les cas, il faudra convaincre au moins une personne : votre banquier.

Alors, même pour les plus fervents adeptes du lean start-up (validation de votre projet par l'expérimentation au fil de l'eau), si vous voulez avoir la moindre chance de débuter votre activité (et cela passe par l'ouverture d'un compte en banque), vous devrez démontrer à votre banquier que vous serez un bon client, et qu'il va lui aussi gagner de l'argent avec vous. Votre jeunesse n'est pas faite pour le rassurer, vous devez donc lui prouver votre crédibilité.

CONSEIL PRATIQUE

› La ressource incontournable pour construire votre business : l'APCE.

Repensez à toutes ces sirènes de mauvais augure qui vous ont dit que votre entreprise ne fonctionnerait jamais : reprenez leurs arguments et démontrez, preuves à l'appui en quoi ils se trompent. Présentez au banquier, qui aura les mêmes objections que votre entourage, l'offre qui apporte une réponse aux objections.

Écrire un projet empêche-t-il d'agir ?

Personne ne vous oblige à écrire une encyclopédie et personne non plus ne vous empêche d'aller sur le terrain recueillir les informations nécessaires à la construction de votre projet. Au contraire ! Plus les éléments viendront de ceux qui seront demain vos clients, vos fournisseurs, vos partenaires, plus ils seront crédibles et convaincants. Et plus ce sera facile pour vous ensuite de vous lancer. Car vous aurez déjà construit un noyau dur autour de vous. Interrogez les jeunes entrepreneurs qui vous entourent, vous serez surpris de voir à quel point leur audace est récompensée. Et que risque-t-on à frapper à une porte ? Au pire, elle ne s'ouvrira pas, c'est tout.

Pourquoi faire un business plan, puisque tout bouge ?

Ce qu'il faut savoir sur votre business plan (mais qui n'est pas spécifique aux jeunes entrepreneurs), c'est qu'il est totalement faux et que vous ne le réaliserez jamais. Le monde bouge : c'est donc une base de référence qui doit vous alerter sur les évolutions de votre environnement pour être vous-même en perpétuelle évolution, dans le respect des fondamentaux que vous vous êtes fixés.

Ce qu'il n'y aura jamais dans votre BP : le nombre de changements d'orientations que vous ferez sans que vous ayez besoin de culpabiliser…

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Votre business plan sert à rassurer votre entourage, à ne pas vous laisser surprendre bêtement, à prendre conscience du chemin à parcourir et un peu plus tard, dans les moments de doute ou d'épuisement, à prendre conscience du chemin parcouru. Plus votre projet est osé, plus votre business plan renforcera votre crédibilité.

Attention

Ce dont vous devez vous méfier quand vous écrivez votre business plan :

- Croire que ce que vous disent les études se vérifie à 100 %.
- Attendre que tout soit parfait pour se lancer.
- Sous-estimer l'investissement commercial : c'est le cas pour 100 % des business plans que nous voyons !

Notre conviction, c'est qu'il n'y a pas de bon business plan ; il y a votre business plan, celui qui vous aide à faire le premier pas puis les suivants.

Il arrive parfois qu'à force de chercher à tout border, à tout maîtriser, vous ne vous jetiez jamais à l'eau. C'est que vous n'étiez pas fait pour créer cette entreprise-là… Pourquoi pas une autre, un peu plus tard, avec une autre équipe ? Les portes restent toujours ouvertes.

AVIS D'EXPERT

Neila Tabli, responsable de l'Observatoire des pratiques pédagogiques en entrepreneuriat (OPPE) à l'APCE

« À l'OPPE, nous observons que les jeunes qui, par définition, n'ont pas d'expérience, ont une tendance naturelle à aller chercher des solutions autour d'eux. Ils sont dans la coopération. Mais également et massivement, ils vont aller se confronter directement à l'expérimentation et faire des allers-retours entre l'idée et sa mise en œuvre pour faire évoluer leur projet. Ils n'attendent pas un savoir, qui est à portée de clic, mais bien une méthode pour se l'approprier. Le rôle de l'OPPE est de diffuser auprès des

➜

➜
enseignants et des formateurs les attentes des jeunes afin qu'ils fassent évoluer la pédagogie.

Pour aller plus loin dans le partage de l'expérience et l'accompagnement des jeunes, l'APCE et l'ONISEP, avec un ensemble de partenaires déjà impliqués auprès des jeunes, lancent en 2016 une plateforme qui va d'une part donner des outils et ressources pour développer l'esprit d'entreprendre et accompagner l'appropriation des outils supports d'aide à la création d'entreprises et d'autre part, favoriser les échanges et les mises en réseau entre les jeunes, la communauté éducative, les acteurs de l'accompagnement et les entrepreneurs. »

3 points clés de votre business plan : vous, votre offre, votre business model

Pourquoi moi ? Il était une fois…

« Quand j'étais petit, pendant que mes copains jouaient au foot, moi je dessinais des usines » ; « Je me suis rendu compte que plein de mes copains ne pouvaient pas passer leur permis de conduire parce que c'était trop cher, et qu'ils ne pouvaient pas trouver d'emploi à cause de ça. Je me suis dit qu'il fallait que ça change ! »

Qu'elle soit récente ou qu'elle vienne de loin, vous avez une histoire à raconter qui vous a conduit à créer une entreprise et qui fait que vous êtes la bonne personne pour la porter.

Il est important que vous vous posiez cette question : « Pourquoi moi ? » Et que vous sachiez y répondre, car on vous la posera souvent. Et plus votre histoire sera complète, plus elle aura de chances de vous valoriser, de donner du sens à votre projet et de lui apporter de la visibilité.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Y répondre, c'est aussi identifier vos points de faiblesse avant qu'ils ne vous tombent dessus, les travailler et les transformer en forces.

L'expérience dans le secteur ? 95 % d'entre vous n'en ont aucune quand vous décidez de vous lancer. Mais souvent, vous apportez une réponse à un besoin que vous ressentez et il vous sera ensuite plus facile d'incarner votre entreprise.

TÉMOIGNAGE

Yvan Morales, 27 ans, et Aurélie Perruche,30 ans, fondateurs de MaSpatule.com et Likiwi

« Likiwi et MaSpatule.com sont toutes les deux des sociétés créées après nos études. Suite à un besoin client constaté, nous avons suivi nos intuitions en les approfondissant pour voir s'il y avait un marché. Pour MaSpatule.com, l'idée m'est venue lorsque j'ai voulu acheter des ustensiles de cuisine design et colorés pour mon nouvel appartement, sans succès. Il n'y avait pas de leader sur le marché comme La Fnac pour les livres. L'aventure a donc débuté à cet instant : ni une, ni deux, MaSpatule.com était née !

Pour Likiwi, l'idée nous était venue lors d'un séjour d'études en Chine où Yvan cherchait une solution simple et à moindre coût pour appeler sa grand-mère, peu adepte d'Internet et des réseaux sociaux.

Le business plan a été nécessaire car c'est un outil complet et chiffré utile pour présenter l'entreprise et convaincre des partenaires qui n'auraient pas suivi uniquement nos intuitions. Il nous a permis de simuler la viabilité du projet en amont et d'éviter certaines erreurs. S'il est vrai qu'un business plan est lourd et qu'il n'est souvent pas respecté, il est cependant indispensable à réaliser pour se poser les bonnes questions et surtout avoir une vision (financière, marketing, commerciale) sur plusieurs années. C'est un tableau de bord qui permet de piloter l'entreprise et d'avoir du recul sur le développement lorsque l'on est trop concentré sur l'opérationnel.

➜

Pour confirmer notre analyse du besoin, nous nous sommes jetés à l'eau. Nous avons rapidement lancé MaSpatule.com avec quelques ustensiles pour tester notre marché avec le stock dans mon garage. Et nous nous sommes lancés dans le développement d'une application qui permet de téléphoner vers les fixes et mobiles depuis une simple page web tout en faisant sponsoriser les appels par de la publicité. »

Vous ne craignez pas non plus de vous lancer dans des activités pour lesquelles vous n'êtes pas encore concernés directement mais avez ressenti le besoin d'apporter une solution, souvent pour répondre à un enjeu de société. Protection de l'environnement, éducation, amélioration dans le secteur de la santé… autant de sujets qui vous interpellent et sur lesquels vous savez convaincre.

TÉMOIGNAGE

Héloïse Pierre, cofondatrice de Déclics et des trucs, kits de défis éducatifs

« J'ai toujours été à l'aise avec les mathématiques. C'est en donnant des cours particuliers que je me suis rendu compte que l'échec scolaire pouvait être lié à des techniques d'apprentissage encore trop abstraites et théoriques. Il fallait innover ! Voilà d'où est venue l'idée de vendre des kits avec des défis éducatifs à l'intérieur, pour surprendre et donner le goût d'apprendre aux enfants, en faisant des activités déconnectées du milieu scolaire mais gardant cette ligne directrice de l'apprentissage.

Dès le démarrage, nous avons été confrontés au manque de légitimité d'une jeune start-up dans le monde de l'éducation face à des géants présents dans le milieu depuis des décennies. Nous avons donc travaillé sur notre communication, en insistant sur le côté innovant et les bénéfices réels de notre méthode avec des témoignages clients. Ce qui nous fait défaut est notre manque de notoriété dans le monde de l'enfance, mais nous pallions ce manque en trouvant

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

→
des moyens innovants et peu coûteux de nous faire connaître (contenu gratuit en échange d'un e-mail, participation active dans des groupes Facebook). L'une de nos actions prioritaires est d'améliorer notre légitimité dans le milieu éducatif en faisant interagir et participer notre communauté de parents et d'enfants qui nous donnent des retours exceptionnels, montrant que malgré notre jeunesse, nous produisons du contenu de grande qualité, un matériel qui fait ses preuves ! »

Qu'est-ce que je vends ?

Au-delà de votre offre, vous allez véhiculer un univers, des valeurs… Voici un petit tour des réflexions à avoir au moment de la construction de votre business plan :

→ Des codes à bousculer

« Ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait. » Cette citation de Mark Twain vient dans le Top Ten de vos leitmotiv. Traditions ancrées, secteur réglementé, lobby puissant, rien ne vous effraie… Un brin d'inconscience, une énergie à soulever des montagnes, une conviction inébranlable, une vision sans *a priori*… autant d'atouts que possèdent les jeunes entrepreneurs qui bouleversent les métiers, donnent un souffle nouveau, ouvrent de nouvelles perspectives.

Votre différenciation et votre valeur ajoutée, il n'y a que vous qui pouvez l'inventer car elle reflète votre génération. Il faut parfois faire face à de très grosses turbulences avant de pouvoir naviguer sereinement, et certains gros poissons pourront vous en vouloir longtemps. Préparez-vous à affronter des tempêtes !

TÉMOIGNAGE

Augustin Jaclin, 29 ans, cofondateur de Lemon Tri, machines de tri sélectif pour les emballages de boissons

« Pour moi, être jeune est une valeur ajoutée lorsqu'on aborde un secteur traditionnel. Considérer un « vieux » métier avec le prisme de la jeunesse permet notamment d'amener de nouvelles idées.

Mais l'enjeu, c'est d'acquérir de la crédibilité. Quand on vient d'une école de commerce, on ne connaît rien au recyclage. Par ailleurs, la plupart des acteurs sont installés depuis longtemps, ce n'est donc pas évident d'arriver et de prétendre révolutionner le secteur ! Il faut du temps pour convaincre, pour faire ses preuves et pour remporter l'adhésion des parties prenantes, à commencer par les clients.

Le monde du déchet n'est pas *a priori* un domaine très attirant pour le plus grand nombre. Lemon Tri veut se positionner différemment et prendre le contre-pied du discours actuel plutôt moralisateur et culpabilisant sur la production de déchets qui rend le secteur encore moins attractif. Notre axe de communication repose sur l'idée que le déchet, c'est « sexy », sympathique, car ce sont les matériaux de demain. Notre service de tri sélectif est facile et rémunérateur pour tous : l'effort de tri est récompensé par des bons cadeaux, la valeur des déchets collectés est en partie reversée sous forme de dons à des associations. Nous voulons rendre le tri ludique et « fun », à l'image de notre logo qui a la forme d'un sourire. »

→ La concurrence est partout, et c'est bon signe

L'innovation, c'est votre marque de fabrique, mais parce qu'il y a un effet générationnel, vous êtes souvent plusieurs à réfléchir aux mêmes sujets en même temps. Lèverez-vous tous des fonds sur un même sujet ? Avez-vous bien identifié les facteurs clés qui permettront à plusieurs acteurs de vivre ? Ceux qui vous permettront de prendre de l'avance ? Votre équipe est-elle celle qui incarne le mieux cette nouvelle génération d'offre ? Pourquoi ?

Observez le monde du crowdfunding ou celui des plateformes communautaires dans le tourisme. Inspirez-vous des belles

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

réussites sans gommer votre personnalité. La concurrence est toujours là, ne la sous-estimez pas ! Consolez-vous en vous disant que vous serez plusieurs à évangéliser le marché.

→ Le produit/service qui vous fera manger permettra de financer le développement de l'entreprise

Économie collaborative, communautaire, circulaire… c'est l'effervescence autour des nouveaux usages, de la solidarité, de la chasse au gaspi. Mais les revenus ne sont pas toujours au rendez-vous. Tout l'enjeu consiste à laisser aux nouveaux usages le temps de s'installer tout en se donnant les moyens de vivre, sans perdre toute son énergie dans une offre « alimentaire » qui vous empêchera d'atteindre vos objectifs initiaux… la quadrature du cercle. Ne sous-estimez pas le temps d'acceptation par le marché de votre offre mais réfléchissez rapidement à plusieurs options de « packaging » de vos savoir-faire.

→ La tentation du prix bas

Casser les prix ? Oui mais, si et seulement si vous cassez les coûts et sur la durée ! Combien de fois a-t-on vu des offres à tarifs ultra-compétitifs avec des entrepreneurs qui ne prévoient pas de se rémunérer ! Comment augmenter les prix, une fois que vous serez lancé ? Comment ne pas donner l'image d'un produit ou d'un service bradé de peu de valeur si aucun facteur objectif ne permet de justifier un tel prix ? Comment financer le développement futur de l'entreprise ? Soyez convaincu de votre valeur et ne cassez les prix que si vous réussissez à conserver des marges honorables pour votre secteur.

→ La distribution, un sujet qui doit être au cœur de vos réflexions

La distribution en France, c'est compliqué ! Vous êtes nombreux à vouloir changer les règles. Soit en apportant une innovation (portée en général par le digital) aux acteurs des circuits de distribution, soit en voulant modifier le cours des choses ou contourner les difficultés, en cherchant une distribution parallèle.

La distribution *online* ne vous satisfait pas forcément, car si elle a l'air simple, elle ne correspond pas forcément aux attentes de vos cibles. Même les *pure players* du web se posent toujours la question de rencontrer leurs clients.

Bon à savoir

L'union fait la force : c'est monnaie courante de voir monter des opérations entre jeunes entrepreneurs, pour mutualiser les forces de frappe et élargir les portefeuilles clients de chacun en s'appuyant sur la complémentarité des univers. Ces opérations vous permettent de franchir des étapes qui vous ouvrent ensuite les portes des réseaux plus traditionnels de distribution avec un pouvoir de négociation qui vous met dans une position plus confortable que lorsque vous comptez sur eux comme seule source de revenu.

→ Le plan d'action commercial et communication : le made in Jeune

La gamme des outils à votre disposition est large et vous comptez bien l'utiliser dans toute son amplitude : *online* ou *offline*, la question ne se pose pas, c'est bien évidemment les deux. Votre temps est la pièce maîtresse de votre stratégie, vous faisant économiser des sommes importantes. Pas de publicité traditionnelle et peu d'achat de liens sponsorisés, trop coûteux ! En revanche, un community management à toute épreuve, et une présence en ligne sur Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn et Viadeo, pour ne citer que les plus connus.

Les bloggers sont vos meilleurs amis : racontez-leur votre histoire, faites-leur tester vos produits. Vous avez compris l'importance des médias, alors pourquoi ne pas chercher à intégrer cette compétence dans votre équipe au démarrage de l'activité ?

Pensez aussi à vos clients pour faire passer la bonne parole : une vente est synonyme d'un témoignage, mais c'est aussi une

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

personne qui rejoint la communauté de vos acheteurs. Certains combinent ainsi chiffre d'affaires et communauté, organisent cette implication *via* des challenges ou construisent un réseau d'ambassadeurs… qui paient et sont heureux de le faire car on a su leur raconter une belle histoire !

Mais ce n'est pas tout : afterworks dans l'écosystème chez vos partenaires, interventions dans des conférences, des salons, participation à des jurys, présence active dans les réseaux professionnels, participation à des concours, prises de position sur les problématiques de l'écosystème…

Comment vais-je gagner de l'argent ?

Même si vous optez pour le lean start-up, ayez toujours en tête la question clé : « Quand vais-je gagner de l'argent, et combien ? »

C'est la partie la moins facile de votre préparation. Il y a ceux qui intègrent toute la chaîne, de la conception du produit à la commercialisation, et il s'agira donc de bien identifier les centres de coûts, d'évaluer les charges liées et d'appliquer un taux de marge. Rien de plus simple en apparence… mais vous n'êtes que très peu dans ce cas !

En revanche, vous êtes nombreux à réfléchir autour de la création de communautés, de places de marché, de services aux particuliers pour améliorer le confort de leur vie quotidienne (réduction de temps d'attente, élargissement de choix de l'offre, proximité dans la distribution), ou encore à vouloir démocratiser la culture, rapprocher les générations, à penser économie circulaire, à organiser les échanges de biens ou services entre particuliers… Et il ne suffit pas toujours de dupliquer le modèle des précurseurs comme Blablacar ou Airbnb.

Si les innovations que vous apportez font s'interférer plusieurs besoins, partenaires, clientèles, BtoB BtoC, chacune

interdépendante de l'autre, cela doit vous obliger à vous poser de nombreuses questions qu'il ne faut surtout pas oublier !

Exemple : Prenons le cas de l'économie circulaire. « De qui est-ce que je dépends pour pouvoir livrer mon offre ? Comment motiver mes fournisseurs ? Pourquoi la cible que je vise paierait-elle un service dont elle s'est bien passée jusqu'à maintenant ? Comment chiffrer le bénéfice que j'apporte et faire accepter le paiement de mon intervention à mes clients ? Comment valoriser ma valeur ajoutée ? Comment évaluer que je réponds bien aux attentes qualité de ma cible ? Quel sera le coût de la mise en place et du suivi de mon process qualité ? Qu'est-ce qui pourrait faire que mes cibles (amont et aval) ne me suivent pas ? »

Votre entreprise est très souvent pluridimensionnelle. L'offre « fondatrice » génère des offres « secondaires » par le développement de savoir-faire, de bases de données… qui intéresseront d'autres cibles. Réfléchissez-y dès le montage de votre business plan tout en gardant bien en tête vos priorités. L'objectif : ne pas se disperser mais générer des ressources dans un délai acceptable.

Bon à savoir

Toutes les options pour gagner de l'argent sont envisageables et même, sont possibles. En revanche, vous devrez les vendre à vos acheteurs. Donc assurez-vous bien que votre solution répond vraiment à un souhait/besoin/désir de votre cible, que vous allez créer une expérience client unique. Soyez **objectif** dans vos réponses !

→ Voir grand (l'idée) mais commencer petit (le projet)

Pour réussir à aller au bout de sa vision, il faut commencer par faire un petit pas, puis un autre, trouver le premier client puis le second.

Même les plus belles *success stories* ont démarré petit un jour, ont connu des difficultés et ont eu sans cesse besoin de se réinventer pour grandir. Votre détermination et votre implication

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

au quotidien sont obligatoires, votre pragmatisme également. Votre business plan a pour rôle structurant de vous permettre de garder le cap et de comprendre pourquoi vous devez vous ajuster sans renouveler les mêmes erreurs. En bref, c'est aussi un compagnon de route qui vous permet de lever la tête du guidon.

3 recommandations avant de vous lancer

N° 1 : Faites l'inventaire des ressources à disposition pour vous donner confiance en vous

Nous entendons souvent : « Je ne peux pas créer une entreprise, je n'ai pas d'argent. » Et alors ? Vous avez plein d'autres choses, et même peut-être de l'argent à portée de la main, mais vous ne vous en rendez pas compte.

Le premier grand atout dont vous disposez, c'est votre jeunesse ! Et cette jeunesse vous donne un nombre d'atouts que vous ne soupçonnez pas. Prenez confiance en vous en écoutant ces paroles de jeunes entrepreneurs :

→ **La jeunesse donne de l'énergie à revendre**

« La jeunesse nous permet d'apprendre notre métier en autodidactes. Nous définissons nos propres règles, avec un brin d'insouciance et en cassant parfois les codes. Nous n'avons rien à perdre, nous n'avons pas peur de l'échec et nous sommes fiers de ce que nous faisons ! Nous pouvons nous tromper 100 fois, parce si nous avons raison, à la 101e fois, nous aurons réussi… »

→ **La jeunesse donne une aptitude naturelle à innover**

« La jeunesse est un énorme atout pour nous : nous sommes la première génération à avoir grandi avec les réseaux sociaux. Avec

un regard neuf sur le monde, nous l'envisageons différemment. Nous questionnons spontanément toutes les choses qui sont devenues des automatismes pour des personnes plus âgées. »

→ La jeunesse donne du temps avec une pression financière moindre

« La jeunesse est un atout pour notre projet car elle nous permet de révolutionner la vision d'un métier traditionnel et nous laisse suffisamment de temps devant nous pour y arriver. »

« Un des avantages d'avoir créé notre start-up à la sortie des études est que nous n'avons jamais connu le «luxe» d'avoir un vrai travail : la création d'entreprise nous apparaît ainsi plus comme une opportunité que comme un réel risque. »

→ La jeunesse donne également une forte crédibilité grâce à vos formations récentes

« Le fait que nous soyons de jeunes ingénieurs nous accorde de mieux comprendre l'évolution des technologies, et aussi de savoir optimiser l'utilisation des nouveaux moyens de communication. »

→ La jeunesse donne de l'astuce, de l'audace, un soupçon d'inconscience !

« Notre jeunesse et le manque d'argent nous ont poussés à être malins, plus créatifs et plus convaincants vis-à-vis de nos interlocuteurs. »

Vous êtes encore proche de votre famille, vous avez un réseau que vous ne soupçonnez pas toujours : vous avez fait des stages, vous avez des amis qui en ont fait, qui ont des parents qui ont un métier, vos parents ont un réseau, vos professeurs et le personnel administratif de vos écoles aussi (en particulier dans le service relation entreprises)... ce sont autant de personnes que vous pouvez solliciter. Pensez à regarder leurs connexions sur leurs comptes Facebook, LinkedIn, Viadeo... Certains d'entre vous n'hésitent pas à solliciter leurs enseignants pour qu'ils fassent travailler des classes entières sur leur projet, dans le cadre d'exercices pédagogiques.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Les portes ouvertes sont bien plus nombreuses que les portes fermées ! Vous n'avez pas de connaissance du secteur dans lequel vous vous lancez ? Vous vous demandez si vos hypothèses de travail sont les bonnes ? Acteurs du secteur, syndicats professionnels, clients potentiels, fournisseurs… En osant frapper aux portes, vous vous rendrez compte une fois encore que votre jeunesse est un grand atout. Vous rendrez fiers ceux qui vont vous aider, et vous leur redonnerez confiance en votre génération. Triple bénéfice pour vous : vous aurez vos infos, vous rendrez les gens heureux, vous participez à redorer le blason de votre génération. Pourquoi attendre ?

→ **Une histoire :** vous n'êtes pas là par hasard. Si vous créez votre entreprise, c'est que vous avez une histoire qui vous y a conduit. Remontez le fil, et vous assoirez votre crédibilité.

→ **Des compétences :** vous en avez ! Identifiez ce que vous aimez et savez faire, vous et vos éventuels associés. Répartissez-vous les tâches pour que chacun puisse se perfectionner dans le domaine qui lui plaît.

→ **Un écosystème** qui multiplie les initiatives pour vous apporter ce qui pourrait vous manquer : sautez quelques pages jusqu'au chapitre 5, vous y trouverez un grand nombre de ressources pour vous soutenir dans votre projet entrepreneurial.

→ **Un espace et des outils de travail :** chez vous, à l'université, dans la boîte de l'ami de votre père… trouvez l'endroit où vous pourrez démarrer votre entreprise tout en étant dans un lieu stimulant. Vous avez sans doute déjà un ordinateur et une connexion Internet…

→ **Et enfin de l'argent !** Vous n'en avez pas ? Avec toutes les ressources que l'on vient d'évoquer, vous ne devriez pas avoir de mal à trouver autour de vous, amis, parents ou structures professionnelles prêtes à vous aider à apporter un premier capital de démarrage qui vous permettra d'amorcer la pompe.

N° 2 : Construisez votre plan de financement initial

Le plan de financement, c'est la planification de l'argent dont vous aurez besoin pour passer les premières phases de la vie de votre entreprise en fonction de l'offre que vous souhaitez commercialiser et des objectifs que vous vous êtes fixés.

Pour le construire, vous devez prendre en compte d'une part ce dont vous aurez besoin comme ressources financières et d'autre part la façon dont vous pourrez trouver ces ressources, de façon récurrente avec le chiffre d'affaires généré et ponctuellement en faisant appel à des financements extérieurs.

→ Au niveau des besoins, identifiez ce qu'il vous faut au démarrage pour concevoir l'offre et permettre sa commercialisation de façon « sécurisée » (les besoins permanents).

→ Au niveau des ressources, listez les différentes ressources envisagées (les ressources durables).

Ce premier tableau est une base fondamentale pour vous permettre de vous donner les moyens de démarrer l'entreprise dans de bonnes conditions et vous éviter une cessation d'activité prématurée (avant même d'avoir généré le premier euro de chiffre d'affaires pour certains !).

CONSEIL PRATIQUE

› Pour construire votre plan de financement, pensez au site de l'APCE, ou à des structures comme les plateformes Initiative qui sont là pour vous aider ! (voir chapitre 5).

N° 3 : Constituez votre capital de départ

Maintenant que vous savez que vous avez les atouts pour vous lancer et que vous savez de combien d'argent vous avez besoin, c'est le moment de rassembler les fonds.

Si vous devez faire appel à du financement externe, vous devez impérativement donner confiance à vos financeurs en apportant un capital significatif par rapport aux montants que vous

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

souhaitez collecter. Vous leur faites prendre un risque, ils se rassureront si vous-même êtes prêt à en prendre un !

Vous pouvez constituer votre capital de départ :

- en économisant vos indemnités de stages pendant vos études ou en faisant des jobs d'été ;
- en prenant un premier travail alimentaire pendant quelques mois ;
- si vous avez fait vos études en apprentissage, vous pouvez bénéficier du soutien de Pôle Emploi soit en indemnités journalières, soit sous forme d'un capital que vous pourrez mettre dans votre société ;
- en sollicitant vos parents, amis… Impliquer votre entourage proche est un signe pour ceux qui vous prêteront que vous avez confiance en vous et que d'autres vous font confiance.

Le temps nécessaire pour constituer votre capital de départ fait partie du temps de montage de votre projet. L'aventure que vous vous apprêtez à vivre est une aventure qui devrait durer quelques années, elle mérite bien quelques mois de préparation !

Ce que l'on retrouve dans les projets portés par les jeunes

→ **Le digital :** il est au centre de vos projets, soit dans l'offre que vous construisez, soit dans sa distribution, dans sa commercialisation… Il est tellement intuitif que vous l'utilisez sans même y penser ! Attention quand vos cibles ne sont pas aussi connectées que vous !

→ **La *gamification* :** le monde change, la société de loisir est à l'ordre du jour. Envisagez de nombreux services en y insérant une part ludique est une voie pour construire de nouveaux services et inciter à l'achat.

→ **L'international :** le monde est à portée de souris. Vos ambitions sont rarement coincées dans les frontières de l'hexagone. Au minimum, elles sont francophones ou européennes, mais le plus souvent mondiales.

TÉMOIGNAGE

Joffrey Collignon, 26 ans, cofondateur de VoxWave, chanteuse virtuelle francophone

« Le développement rapide de VoxWave à l'international était une évidence depuis le début pour de multiples raisons, mais surtout parce que le produit l'implique. Il s'avère que la communauté autour des chanteurs virtuels est d'emblée internationale. Il aurait été trop restrictif de développer une chanteuse virtuelle française alors qu'on pouvait parfaitement imaginer un personnage qui n'aurait pas vraiment de nationalité mais qui serait avant tout francophone.

Le marché japonais existait déjà. Les Vocaloides, chanteurs virtuels, chantent dans cinq langues différentes : japonais, espagnol, coréen, chinois et anglais. Après tout, le français étant la quatrième langue la plus parlée dans le monde, pourquoi ne serait-il pas représenté parmi les langues des logiciels de synthèse vocale ? Par ailleurs, vu l'engouement autour de cette culture en France, pourquoi ne pourrait-on pas faire quelque chose qui aurait une ampleur similaire à ce qui se passe au Japon et sortir de nos frontières ? C'était un peu le pari.

Aujourd'hui, il y a un espace pour un studio d'animation créative un peu particulier qui pourrait être français. Un de nos objectifs, c'est de participer de ce rayonnement-là. »

→ **L'engagement citoyen :** remettre l'humain au cœur de la société, retrouver l'équilibre environnemental, donner une vraie place aux seniors… vous avez la préoccupation d'un monde meilleur.

→ **L'innovation** quelle que soit sa forme : de l'épicerie de quartier à la biotechnologie, l'innovation est partout, c'est le socle de vos entreprises.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

→ **Le Made In France :** vos ambitions sont mondiales, mais vos préoccupations sont aussi locales. Redonner à la France son dynamisme économique vous tient à cœur. Et c'est possible !

TÉMOIGNAGE

Charline Goutal, 28 ans, fondatrice de Ma p'tite culotte, marque de lingerie féminine

« À l'origine quand j'ai eu l'idée de la marque et du concept, le Made in France était juste une conviction et pas du tout un argument commercial ou marketing. Pour moi, c'est surtout le concept qui est novateur, mais les médias ont insisté sur le made in France qui est devenu un argument commercial par défaut alors que ce n'est pas une différenciation sur le marché. Les gens achètent parce que le produit leur plaît, le made in France est seulement un plus.

Passionnée par le monde de la lingerie, j'ai été particulièrement sensible à l'histoire de Lejaby au moment où je rédigeais mon business plan et il m'est apparu comme une évidence de collaborer avec Muriel Pernin. Lejaby est resté notre principal fournisseur à 90 % pendant deux ans, facilitant notre logistique. C'est une conviction que j'ai assumée jusqu'au bout et qui a failli me coûter mon entreprise avec la faillite des Atelières. Aujourd'hui avec la fermeture de Lejaby, nous sommes obligées de délocaliser une partie de notre production parce que les deux ateliers qui restent en France ne répondent pas entièrement à nos besoins. Mais c'est logistiquement très compliqué.

Nous continuons à avoir une matière première made in France mais je n'ai pas encore trouvé de business model pour que la production made in France soit pérenne dans mon secteur. »

→ **La proximité, le lien social :** le tout digital, vous n'y croyez pas ; en revanche, le digital pour créer du lien social et de la proximité a le vent en poupe.

TÉMOIGNAGE

Thomas Didier, cofondateur de Jogg.in, la plateforme qui donne du sens au running

« Jogg.in, c'est d'abord une aventure personnelle : il y a deux ans, avec quelques copains, nous nous lançons le défi de participer au marathon de Paris. Face aux difficultés lors de la phase de préparation, à se motiver, à trouver les bons conseils, nous nous sommes dit que tous les débutants devaient avoir les mêmes besoins. Avec le développement des sites communautaires, l'idée de Jogg.in s'est imposée d'elle-même.

Projet personnel au départ, Jogg.in est très rapidement devenu un projet professionnel pour nous. Conscients que le running est devenu plus qu'un sport et convaincus qu'il ne s'agit pas d'une simple tendance mais d'un véritable nouveau mode de vie, nous souhaitons encourager et accompagner chaque sportif, qu'importe son niveau, ses envies et ses objectifs vers une meilleure santé et plus de bien-être. Nous sommes persuadés que cela passe par une pratique plus régulière, encadrée, connectée, fun et solidaire. En offrant une véritable expérience enrichie aux runners – *via* nos sites, applications mobiles et partenariats – nous les aidons à mutuellement se motiver à courir plus régulièrement et à se dépasser, pour eux mais aussi pour les autres. »

→ **Mûrir son projet pour être crédible :** vous êtres pressés, mais vous avez le temps parce que vous avez une conviction qui vous porte. C'est toujours plus long que ce que vous imaginiez, mais votre persévérance vous permet de rencontrer le succès là où d'autres se seraient découragés.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

L'essentiel

Faites-vous votre propre idée du business plan. Un business plan est un outil qui doit vous aider à faire le point sur votre projet.

3 points clés de votre business plan : vous, votre offre, votre business model. Pourquoi êtes-vous la bonne personne pour produire et commercialiser votre offre ? Vous devez nous convaincre que vous gagnerez de l'argent.

3 recommandations avant de vous lancer. Soyez clair avec les ressources dont vous disposez et celles dont vous aurez besoin avant de vous lancer.

Ce que l'on retrouve dans les projets portés par les jeunes. Racontez votre histoire : votre initiative remonte le moral d'une France plongée dans la sinistrose, jouez la carte à fond !

Vers un plan d'action

- Quel objectif voulez-vous atteindre en créant cette entreprise ? Recensez ce qui pourra vous aider à l'atteindre.
- Écrivez en quoi votre offre va générer une expérience client unique et quels seraient les obstacles.
- Faites une liste des personnes et/ou des organismes qui peuvent soutenir financièrement votre projet. Prenez rendez-vous avec chacun pour le leur présenter.

5
S’entourer

Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin.
PROVERBE AFRICAIN

Objectifs

- Comprendre à quoi sert d’être accompagné.
- Connaître les différentes options d’accompagnement.
- Choisir le ou les accompagnements qui conviennent le mieux au projet.

Selon l'APCE, l'accompagnement par un expert est un élément clé de la pérennité d'une entreprise en phase de création. Près de 55 % des entreprises cessent leur activité dans les 5 premières années après leur création, quelle qu'en soit la raison. Ce taux baisse à 25 % en moyenne lorsqu'elles sont accompagnées.

Vous l'entendez sur tous les tons, et si ce n'est pas encore fait, cela viendra : l'entrepreneur est seul. La particularité des entreprises créées par des jeunes est que vous êtes le plus souvent plusieurs associés, et que ce projet d'entreprise est voulu comme une aventure entre potes, donc une aventure conviviale et solidaire ou toutes les décisions sont prises collégialement. Malheureusement, la solidarité n'empêche pas la difficulté face à une décision complexe. Le groupe peut alors renforcer la difficulté car en plus de devoir se faire un avis, il faut aussi convaincre celui qui a un avis contraire. Puis rester associés, quelles que soient les conséquences positives ou négatives que la décision a eu sur le fonctionnement de l'entreprise.

Être à plusieurs ne veut donc pas dire que vous pouvez vous passer d'un accompagnement. Mais il ne faut pas non plus le subir, uniquement parce que vos aînés vous ont dit qu'il fallait y passer.

C'est à vous de choisir l'accompagnement qui vous convient le mieux parmi toutes les propositions qui s'offrent à vous, d'en conjuguer la richesse et d'en retirer le meilleur… dans le respect des structures qui vous soutiennent !

Les différentes formes d'accompagnement

Parents, famille, amis… l'accompagnement informel à ne pas négliger !

Votre premier soutien, c'est votre entourage !

Votre famille, en commençant par vos parents et vos grands-parents. Ils sont inquiets, ils veulent le meilleur pour vous. Prenez le temps de leur expliquer que vous vous dirigez vers ce que vous ressentez comme le meilleur pour vous. Rassurez-les sur votre démarche. Donnez-leur les grandes lignes du projet et mettez en avant les points qui prouvent que vous avez des atouts en main. Dites-leur que vous n'êtes pas seul (pour cela, il faut que vous ayez effectivement fait la démarche d'être accompagné !), ni le seul (d'autres de vos amis ont choisi cette voie, et d'ailleurs, c'est une démarche largement soutenue par les politiques !)…

Quelle importance, me direz-vous, s'ils n'approuvent pas ? Après tout, c'est votre vie ! Oui, mais dans les moments de stress, ce sera un stress de moins et un réconfort de plus si vous savez que la porte de vos parents est ouverte et que leur oreille sera attentive, même si matériellement ils ne peuvent pas faire grand-chose pour vous.

Vos amis viennent immédiatement derrière. Si vous êtes en couple, votre moitié apprécie-t-elle votre choix ? Si ce n'est pas le cas, il y a peu de chance que les choses s'arrangent avec le temps, sauf si vous faites fortune et que vous pouvez vivre de vos rentes à 30 ans (mais nous n'en connaissons pas beaucoup dans ce cas). Si elle vous reproche déjà vos absences, votre manque de disponibilité, votre obsession pour votre boîte, prévenez-la vite que c'est à prendre ou à laisser ! Mais faites un effort pour ne pas reporter sans cesse les moments de détente programmés et vous déconnecter régulièrement.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Pour vos amis, même chose. À vous d'apprendre à entretenir vos amitiés sans laisser derrière vous trop de frustration. Ne les appelez pas que quand vous avez besoin d'un contact ou que vous avez le moral à zéro. Faites-leur profiter de vos pauses. Un SMS de temps en temps, ça ne mange pas de pain. D'autant que le jour où vous aurez vraiment besoin d'eux, vous risquez fort de vous retrouver vraiment seuls, pour le coup !

En revanche, ce qui est certain, c'est que vous allez sans doute changer un peu de cercle d'amis. Vous allez vous en faire de nouveaux parmi les jeunes (et moins jeunes) entrepreneurs que vous côtoierez (les frontières d'âge sont moins présentes dans la communauté et l'entraide est de mise entre pairs entrepreneurs, toutes générations confondues). Dans vos premiers mois/années de vaches maigres, vous serez aussi sans doute contraint de diminuer vos sorties parce que vous ne pourrez pas suivre le train de vie de vos amis salariés – un facteur naturel d'écrémage pour connaître les « vrais » amis.

Passons à l'accompagnement plus formel qui est envisageable sous de nombreuses formes et avec des objectifs très différents.

Première distinction à faire : l'accompagnement sur le savoir-faire et l'accompagnement du savoir-être de l'entrepreneur. Dans les différentes propositions d'accompagnement que vous découvrirez dans votre parcours entrepreneurial, la distinction n'est pas toujours clairement définie.

→ Se situent dans le **savoir-faire** les accompagnants qui vont travailler sur les compétences à avoir pour le développement technique de l'entreprise.

→ Se situent dans le **savoir-être** ceux qui accompagnent la personne, l'entrepreneur pour ce qu'il est et dans ce qu'il va devenir en étant aux manettes de son entreprise.

Une intervention au niveau du savoir-faire peut être ponctuelle ; travailler sur le savoir-être nécessite un accompagnement de plus longue durée avec un interlocuteur accompagnant unique.

L'accompagnement apporté par les réseaux d'accompagnement

Il existe en France de très nombreuses structures d'accompagnement nationales, régionales ou locales. La plupart n'ont pas de critères d'âge dans leurs conditions d'éligibilité pour bénéficier de leur soutien. Certaines ont développé des programmes spécifiques dédiés aux jeunes. Si vous choisissez d'être accompagné par une structure généraliste, vous devrez être vigilant sur votre capacité à vous sentir intégré dans ces structures et compris dans vos spécificités de jeune entrepreneur (votre quotidien et votre business).

Les offres proposées par ces organismes sont quasi toutes gratuites ou à prix très compétitif. Vous y trouverez de la formation en groupe, des ateliers collectifs, de l'accompagnement individuel, du réseautage et dans certains cas, du financement. Les accompagnements individuels sont le fait de bénévoles, entrepreneurs ou salariés, actifs ou retraités. Vous avez parfois la possibilité de choisir la personne, mais elle est le plus souvent imposée par l'organisation. Autant de critères à prendre en compte dans la sélection du réseau qui vous convient.

Les experts, les coachs, les consultants

Ils sont nombreux à se positionner sur la création d'entreprise. Comme partout, il y en a de très bons et de moins bons. Même s'ils pratiquent des prix extrêmement compétitifs pour les créateurs, il n'en reste pas moins que chaque centime compte quand vous créez votre boîte. Réfléchissez bien avant de signer, car vous avez autour de vous un réservoir important de compétences prêtes à vous aider gratuitement.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Le cas particulier de l'expert-comptable

Toute entreprise doit tenir une comptabilité. Correctement et régulièrement faite, tout se passera bien pour vous. Mais au moindre retard ou à la plus petite erreur d'affectation, les ennuis commencent, les pénalités tombent et rattraper une comptabilité mal amorcée, c'est une vraie galère. Alors n'attendez pas trop avant de faire appel à un expert-comptable : c'est le compagnon de route de l'entrepreneur. Faites-en un allié et non une corvée ! Il pourra vous éviter bien des nuits blanches. L'effort financier est peu important au démarrage si vous répartissez bien les tâches entre vous en début de collaboration. Au fur et à mesure que la confiance s'installe et que votre expert-comptable va rentrer dans votre activité, il vous apportera un œil externe précieux pour vous aider dans vos décisions. Exemples de sujets sur lesquels ils vous épauleront : le Crédit Impôt Recherche, le statut de Jeune Entreprise Innovante, les financements par la BPI… N'hésitez pas à le solliciter.

Mais comment le choisir pour qu'il comprenne votre activité ultra-connectée et votre *business model* pas vraiment traditionnel ?

CONSEIL PRATIQUE

Pensez également à « Ça compte pour moi » (www.cacomptepourmoi.fr), le réseau des experts-comptables 100 % connectés.

Peut-être que la solution est de choisir un jeune expert-comptable, entrepreneur comme vous ? Pour cela, une bonne adresse : le Club des Jeunes Experts Comptables (CJEC) dont certains ont suivi une formation pour se spécialiser sur la création d'entreprise. Il y en a forcément dans votre région.

L'accompagnement en amont de la création

Le statut d'étudiant-entrepreneur : ne plus devoir faire le choix entre création d'entreprise et diplôme[1]

Le statut national d'étudiant-entrepreneur permet aux étudiant(e)s et aux jeunes diplômé(e)s d'élaborer un projet entrepreneurial dans un Pôle Étudiants Pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat (PEPITE). Le diplôme d'établissement « Étudiant-Entrepreneur » (D2E) accompagne ce statut : il permet de mener à bien son projet avec un maximum de sécurité et de visibilité.

→ Les conditions générales d'accès

- Le statut d'étudiant-entrepreneur s'adresse en priorité aux jeunes de moins de 28 ans.
- Le Baccalauréat ou l'équivalence en niveau.
- Les frais d'inscription légaux et spécifiques sont limités à 500 euros par an pour la période 2014-2017 pour l'étudiant-entrepreneur.

→ La délivrance du statut d'étudiant-entrepreneur

Le statut d'étudiant-entrepreneur est délivré à une personne au regard de la réalité, de la qualité du projet entrepreneurial et des qualités du porteur de projet.

→ Les bénéfices du statut

Le statut permet d'avoir accès à des prestations délivrées dans le cadre du PEPITE :

- un accompagnement par un enseignant et un référent externe du réseau PEPITE ;

1. Source : www.enseignementsup-recherche.gouv.fr

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

– un accès à l'espace de coworking du PEPITE ;
– la possibilité de signer un Contrat d'Appui d'Entreprise (CAPE) avec une structure type couveuse ou coopérative d'activité et d'emploi (CAE) ou un autre partenaire du PEPITE.

Ce statut est également ouvert aux étudiants en cours d'études qui peuvent alors substituer leur projet entrepreneurial validé par le PEPITE à l'obligation de faire un stage.

Les jeunes diplômés souhaitant créer leur entreprise peuvent également acquérir le statut d'étudiant-entrepreneur. Pour cela, ils doivent être sélectionnés par le PEPITE.

→ Le diplôme d'établissement étudiant-entrepreneur (D2E)

Tout étudiant ayant obtenu le statut national d'étudiant-entrepreneur à l'issue de l'instruction de son dossier par le comité d'engagement du PEPITE peut s'inscrire au diplôme d'établissement « Étudiant-Entrepreneur » (D2E).

L'inscription au D2E est obligatoire pour les jeunes diplômés ; elle est fortement recommandée aux étudiants en cours d'études mais n'est pas requise.

TÉMOIGNAGE

Guillaume Pâris de Bollardière, 25 ans, cofondateur de Biodegr'AD, régie de réseaux publicitaires éphémères

« Lorsque nous avons créé, avec mes deux autres associés, la société Biodegr'AD pendant nos études, le statut d'étudiant-entrepreneur n'existait pas. Cela a signifié pour nous de devoir faire des choix qui ont chamboulé notre parcours et d'affronter la désapprobation de l'entourage, pas toujours favorable à l'interruption de nos études, même si le parcours classique dans lequel nous étions n'était plus adapté à notre situation.

L'étudiant-entrepreneur est dans une situation très précaire : pas de salaire, peu d'aides financières, peu de vie sociale et privée, aucune reconnaissance officielle. Manquant de compétences sur certains →

→
points cruciaux pour un chef d'entreprise, il fonctionne avec le système D.

Le dispositif de l'étudiant-entrepreneur et du D2E (diplôme Étudiant-Entrepreneur) ne pouvait qu'être le bienvenu en reconnaissant officiellement notre particularité et en proposant un statut officiel. Ce dispositif permet de bénéficier d'un planning de formation «sur mesure» pour compléter nos compétences manquantes, de confronter notre *business model* et notre stratégie à des tuteurs académiques et professionnels, de rencontrer d'autres étudiants-entrepreneurs dans la même situation, avec les mêmes problématiques. Il permet également le développement de l'esprit d'entreprendre chez les jeunes, ainsi que le prolongement de la Sécurité sociale étudiante, avantage non négligeable. Il apporte un cadre rassurant pour motiver les candidats à la création. »

Les doctorants entrepreneurs, la recherche et la création d'entreprise

Les doctorants constituent un vivier de créateurs d'entreprises innovantes à fort potentiel de développement. Depuis une quinzaine d'années, l'État met en place des dispositifs pour faire la passerelle entre la recherche et la création d'entreprise. Le principal dispositif, **les Doctoriales**, sont des événements au sein des universités destinés à faire se rencontrer des chercheurs de diverses disciplines pour développer leurs réseaux, valoriser leurs compétences et parfaire leurs projets professionnels. On y retrouve des ateliers comme la simulation de création de projets innovants depuis la conception jusqu'à la commercialisation ou la mise en scène de présentation de travaux de recherche (« posters »), la rencontre avec des chefs d'entreprises, etc.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Pôle Emploi : les dispositifs ACCRE et NACRE[1]

L'aide aux chômeurs créateurs ou repreneurs d'entreprise (ACCRE) est l'une des mesures du dispositif d'appui à l'initiative économique gérée par le ministère en charge de l'Emploi au bénéfice de demandeurs d'emploi, salariés licenciés, jeunes, personnes en difficulté… Ce dispositif vise à faciliter tant la structuration des projets de création ou de reprise d'entreprise que le développement des activités ainsi créées, sous forme individuelle ou en société.

L'ACCRE consiste en une exonération de cotisations sociales permettant le maintien, pour une durée déterminée, de certains minima sociaux.

Pour mener à bien leur projet, les créateurs ou repreneurs d'entreprise peuvent également s'appuyer sur le **dispositif NACRE (Nouvel accompagnement pour la création et la reprise d'entreprise)** qui vise à proposer au porteur de projet de création ou de reprise d'entreprise l'accès à un ensemble de services d'appui technique financé notamment par l'État, en vue de l'aider à finaliser son projet et d'optimiser le démarrage et le développement de son activité pendant les trois premières années après l'immatriculation de son entreprise. Cet appui technique peut être complété par l'octroi d'un prêt à taux zéro NACRE conditionné par l'obtention d'un prêt complémentaire (bancaire ou solidaire) et l'engagement de suivre pendant trois ans un accompagnement au démarrage et au développement.

Parmi les bénéficiaires de ces deux dispositifs, on trouve les jeunes de 18 à 26 ans sans autre condition d'éligibilité.

CONSEIL PRATIQUE

› Pour en savoir plus : http://travail-emploi.gouv.fr > Informations pratiques > Les fiches pratiques du droit et du travail > Création d'entreprise > L'aide aux chômeurs créateurs ou repreneurs d'une entreprise.

1. Source : travail-emploi.gouv.fr

Et pour ceux qui viennent de l'apprentissage, un petit bonus : vous avez cotisé à l'assurance chômage pendant votre apprentissage, vous pourrez donc percevoir votre indemnisation qui pourra financer votre quotidien pendant les premiers mois de préparation ou de lancement, ou vous pourrez recevoir une aide financière sous forme de capital.

CONSEIL PRATIQUE

› Pour en savoir plus : www.apce.com/cid59148/demandeur-d-emploi.html&espace=1

Le CAPE et les couveuses d'entreprise

Le contrat d'appui au projet d'entreprise (CAPE) vous permet, si vous voulez créer ou reprendre une entreprise, de bénéficier de l'accompagnement d'une entreprise ou association qui s'engage à fournir une aide particulière et continue (moyens matériels et financiers, par exemple). Vous vous engagez à suivre un programme de préparation à la création ou à la reprise et à la gestion d'entreprise.

Le statut d'étudiant-entrepreneur vous permet de bénéficier de ce dispositif.

AVIS D'EXPERT

Catherine Torterat, déléguée nationale, Union des couveuses

« Les couveuses et le dispositif CAPE ne sont pas dédiés aux jeunes, mais l'esprit dans lequel ils sont conçus fait qu'ils leur sont particulièrement adaptés. Le premier point, c'est que le jeune est tout de suite dans l'action et la confrontation avec son marché, c'est une pédagogie active qui permet d'être réactif, inventif, de faire des erreurs et de rebondir. Les couveuses s'adaptent autant à celui qui veut aller vite qu'à celui qui a besoin de mûrir plus progressivement sa vocation d'entrepreneur. Pour les premiers, la couveuse leur permet d'aller dans le concret du marché, de vendre leur produit sans se laisser parasiter par tout ce qui est autour de la création de l'entité juridique. Pour ceux qui sont plus hésitants, ça leur donne du temps pour se jeter dans le grand bain ! Le second point est lié au CAPE, ce contrat qui est une formidable avancée sociale et dont ➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

➜
on ne mesure par encore aujourd'hui tous les potentiels. Ce contrat permet notamment pour le jeune qui n'a généralement pas ou peu de moyens financiers de se générer un complément de revenus sans risque, fruit de son activité et cela est très stimulant. C'est un facteur important pour les jeunes.

Enfin, la notion de communauté prédomine dans les couveuses, qui favorisent beaucoup les interconnexions entre les entrepreneurs et avec leur environnement. Et aujourd'hui, les jeunes fonctionnent majoritairement en communauté, en coopération. Ce sont des valeurs auxquelles ils sont de plus en plus attachés.

Nous pensons que cette expérience de l'entrepreneuriat doit être un moment positif dans un parcours de vie, d'autant plus pour un jeune qui par essence arrive avec plein d'idées, d'envies, sans *a priori* mais aussi sans expérience dans un monde en mutation profonde et dont les paradigmes changent constamment. »

L'ADIE et le dispositif CréaJeunes

Lancé par l'ADIE en 2007, CréaJeunes est un parcours de formation proposé gratuitement aux jeunes de 18 à 32 ans. Ce programme se compose de modules collectifs centrés sur la montée en confiance et la connaissance pratique du monde de l'entreprise sur une période de 2 à 4 mois, puis d'un accompagnement individuel dans la formalisation du projet ainsi que des actions de mise en réseau.

Dans la continuité de cette phase de préparation, les jeunes peuvent accéder à un financement sous forme de microcrédit complété par un prêt d'honneur à 0 %, puis bénéficier d'un accompagnement dans les phases de création proprement dites et de développement de l'activité.

TÉMOIGNAGE

Louise Mosso, 28 ans, créatrice de la marque Louise Mosso

« L'ADIE et sa formation CréaJeune en particulier ont été un véritable *booster* dans la construction de mon projet.

J'ai trouvé dans cet endroit une énergie incroyable et un soutien de tous les instants. J'ai partagé cette aventure avec des personnes de ma génération, confrontées aux mêmes problèmes et surtout animées par la même envie d'entreprendre. J'ai été frappée par le dévouement et la volonté d'entraide des bénévoles qui jusqu'à aujourd'hui, soit deux ans après la fin de la formation, continuent à répondre à mes interrogations. CréaJeune est devenue en quelques semaines une seconde famille, et m'a surtout donné des clés pour rentrer aussi sereinement que possible dans cette merveilleuse et difficile aventure qu'est la création d'entreprise.

Cette formation m'a mise en condition, si bien que suite à une présentation appréciée lors du jury final de CréaJeune, face à des salariés de KPMG, l'ADIE m'a fait confiance et a accepté de me prêter de l'argent à deux reprises. Ce soutien financier inespéré m'a permis de compléter mes fonds et surtout de commencer sereinement mon activité. N'étant pas le profil idéal pour le prêt bancaire, sans le soutien et la confiance de l'ADIE, la marque Louise Mosso n'existerait pas. »

France Active – Cap'Jeunes / Finance solidaire

Le programme Cap'Jeunes de France Active s'adresse aux jeunes de 18 à moins de 26 ans, demandeurs d'emplois ou en situation de précarité, dotés de ressources personnelles limitées et dont le projet présente un plan de financement inférieur à 50 000 euros.

Ce programme gratuit propose un accompagnement renforcé, individuel ou collectif, en amont ou en aval du projet pour fiabiliser le projet d'entreprise et l'armer pour obtenir des financements, notamment bancaires.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Les missions locales

Les missions locales sont des espaces d'intervention au service des jeunes de 16 à 25 ans. Chaque jeune accueilli bénéficie d'un suivi personnalisé dans le cadre de ses démarches. Selon son niveau, ses besoins, ses difficultés, il peut bénéficier de réponses individualisées pour définir son objectif professionnel et les étapes de sa réalisation, pour établir son projet de formation et l'accomplir, pour accéder à l'emploi et s'y maintenir.

Les missions locales sont une première ressource pour identifier les acteurs qui peuvent vous accompagner dans votre projet de création d'entreprise.

Les Groupements de créateurs et le DUCA (Diplôme d'Université de Créateur d'Activité)

Les Groupements de créateurs sont un réseau national lancé en 2000 par la mission locale de Sénart. Ils accompagnent l'envie d'entreprendre des personnes éloignées de l'emploi, notamment des jeunes déscolarisés, et favorisent le développement de leur autonomie sur le plan social, économique, mais aussi décisionnel (faculté de décider et d'agir par soi-même), au travers d'un accompagnement fondé sur l'entrepreneuriat et la pédagogie de projet.

Il se traduit par un accompagnement en deux phases :

- une phase d'émergence pour passer de l'envie au projet ;
- une phase de formation diplômante (DUCA), accessible sans le baccalauréat, pour acquérir les compétences nécessaires à la gestion d'une activité et élaborer son Business Plan.

Les incubateurs

Un incubateur d'entreprises est une structure d'accompagnement de projets de création d'entreprises innovantes, plus ou moins technologique en fonction de chaque incubateur. Mais dans tous les cas,

le projet doit montrer un fort potentiel de croissance. L'incubateur peut apporter un appui en termes d'hébergement, de conseil et de financement, lors des premières étapes de la vie de l'entreprise.

Publics (incubateurs Allègre dépendant du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, CEEI – Centre européen d'entreprises et d'innovation) ou privés (intégrés à des grandes écoles), selon les cas, les incubateurs peuvent être réservés aux étudiants des établissements dans lesquels ils sont établis.

Les CCI et les CMA

Les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) et les **Chambres des Métiers et de l'Artisanat (CMA)** n'ont pas d'équipes dédiées aux jeunes au sein de leurs services Création et reprise d'entreprise, mais les conseilleurs création connaissent les dispositifs en place dans leur région et vous feront gagner un temps précieux pour connaître le bon accompagnement vers lequel vous tourner. N'hésitez pas à franchir les portes de ces institutions, vous y serez bien reçus et bien orientés.

L'accompagnement post-création 100 % dédié aux jeunes : plus rare

L'offre d'accompagnement post-création 100 % dédiée aux jeunes entrepreneurs est rare. Cependant, les réseaux généralistes accueillent tous types d'entrepreneurs sans critères d'âges comme Initiative France, le réseau BGE ou encore le réseau Entreprendre, pour ne parler que des plus connus.

D'autres dispositifs comme les accélérateurs ne sont pas spécifiquement dédiés aux jeunes, mais de par leur mode de fonctionnement et leur positionnement « Innovation » pour la plupart,

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

ils attirent majoritairement de jeunes entrepreneurs. Enfin, les pépinières d'entreprise accueillent également tous types d'entrepreneurs. Certaines sont spécialisées sur des secteurs d'activité, d'autres sont généralistes, mais on peut voir émerger sur certains sites, des pépinières qui s'organisent sur des modèles nouveaux qui les rendent particulièrement séduisantes aux yeux des jeunes.

Le Moovjee : un accompagnement 100 % dédié aux jeunes entrepreneurs

Le Moovjee propose aux jeunes entrepreneurs, créateurs ou repreneurs d'entreprise de 18 à 30 ans, quels que soient leur formation initiale et leurs secteurs d'activité, de bénéficier d'un accompagnement pour le développement de leur entreprise sous la forme :

- d'un programme de mentorat ;
- d'un accès à un *pool* d'experts métier bénévoles ;
- des ateliers techniques de groupe ;

Cet accompagnement est complété d'une aide à l'intégration dans le tissu économique, grâce notamment à :

- une visibilité dans les médias ;
- une facilitation de l'intégration dans l'écosystème entrepreneurial (salons, conférences…) ;
- la favorisation des opportunités d'affaires (comme des tarifs négociés pour participer à des manifestations) ;
- une mise en relation avec des organismes de financement ;
- la participation à des événements privés du Moovjee et de ses partenaires et mentors, une communauté engagée et solidaire.

Le mentorat n'est ni du coaching, ni du conseil. La relation mentorale s'inscrit dans un cadre déontologique et dans le respect de valeurs partagées : le mentor donne du temps bénévolement sans prise d'intérêt dans l'entreprise de son mentoré pendant la durée du programme et les 12 mois qui suivent. Les deux parties s'engagent volontairement et travaillent en confiance dans un

esprit de respect mutuel. Le mentor apporte un effet miroir, il aide à se poser les bonnes questions et partage son expérience.

Les pépinières d'entreprise

Une pépinière d'entreprises est une structure destinée à faciliter la création d'entreprises en apportant un soutien technique et financier, des conseils et des services. Les services consistent le plus souvent à proposer des bureaux, parfois des locaux d'activités ou de stockage, des services logistiques mutualisés (accueil, salles de réunions…) et des services d'accompagnement (conseils, formation, intégration dans les réseaux économiques…). Soutenues par des acteurs publics, elles appliquent une tarification avantageuse pour une période limitée (5 ans maximum).

AVIS D'EXPERT

Christophe Poupart, président du réseau P3Mil, directeur de Val d'Oise Technopôle

« Depuis maintenant quelques années, nous constatons un fort accroissement des jeunes entrepreneurs souhaitant rejoindre une pépinière. S'ils s'engagent dans l'acte de la démarche entrepreneuriale avec une idée et un projet précis, la maîtrise des aspects marketing, financier, humain… reste plus fragile. Le challenge des pépinières est donc d'adapter leur offre d'accompagnement à cette nouvelle génération d'entrepreneurs porteuse de nouvelles exigences 2.0 !

Ainsi, s'ils utilisent de façon très pertinente les outils liés à la nouvelle économie, notamment les réseaux de financement et plus particulièrement le crowdfunding, les approches relevant du marketing, du positionnement et de la segmentation nécessitent une exploration importante. Notre rôle est donc de canaliser cette énergie pour la mettre au service de leur projet dans sa globalité par des moyens détournés privilégiant des méthodes basées sur l'interactivité et la co-construction.

La dimension internationale est aussi très présente dans leurs projets. Il y a quelques années, nous étions sur une « vision marché » locale, éventuellement nationale. Aujourd'hui, la logique de frontières n'existe pas. ➜

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

➜
Réfléchir sur un marché français ou étranger, c'est la même chose. C'est une culture très forte que l'on voit émerger. Les jeunes entrepreneurs n'hésitent pas à s'engager dans des programmes ou compétitions mondiales. En revanche, ils ne sont pas preneurs de voyages à l'étranger en délégations avec des mouvements patronaux ou des agences de développement économique. Ils préfèrent les échanges de compétences techniques (la « *learning expedition* ») avec une préparation sur les spécificités du pays (marché, règles, logiques contractuelles, protection). Puis ils partent sur place quelques jours, ils rencontrent des cabinets pour travailler sur ces sujets-là et sur leur réalité d'entreprise. »

Les accélérateurs

Les accélérateurs d'entreprises sont des structures d'accueil temporaires, associatives ou privées, destinées aux créateurs d'entreprises à fort potentiel de croissance.

Les accélérateurs apportent un soutien en termes d'hébergement et de compétences techniques à de très jeunes entreprises pour leur permettre, comme leur nom l'indique, d'accélérer leur arrivée sur le marché. En règle générale, les accélérateurs se rémunèrent en facturant à bas prix leurs services et l'hébergement et prennent une participation dans les entreprises qu'elles accompagnent.

Les réseaux d'entrepreneurs ou professionnels

Ces réseaux sont nombreux ; ils ont chacun leur spécificité. À vous de choisir le ou les bons en fonction de vos objectifs : réseaux d'entrepreneurs, réseaux sectoriels, réseaux métiers, syndicats ou fédération, indépendants ou intégrés à des organisations tels que des Chambres de Commerce, réseaux d'alumni et

bien sûr, structures d'accompagnement qui animent la communauté de leurs adhérents, bénéficiaires et bénévoles… Ils ont tous leur raison de vous être utiles et chacun a une mission que vous devez connaître avant d'adhérer.

Une fois votre choix avancé, renseignez-vous auprès d'adhérents : le réseau sera-t-il à la hauteur de vos espérances ?

Un moyen pour atteindre vos objectifs est de commencer par donner, au moins autant que ce que vous souhaitez recevoir.

CONSEIL PRATIQUE

› Une règle de base pour bien choisir son réseau : soyez très clair sur les raisons pour lesquelles vous le rejoignez, fixez-vous des objectifs et un délai pour les atteindre. Si vous ne les atteignez pas, changez de réseau.

TÉMOIGNAGE

Josephine Boulinguez, 31 ans, cofondatrice de Simalti, centre spécialisé dans la simulation d'altitude

« Je participe à différents réseaux pour différentes raisons. Au Moovjee, réseau de jeunes bouillonnants d'idées, je trouve de l'entraide, j'échange sur des problématiques communes et je trouve de la motivation auprès de gens qui font face aux mêmes réalités économiques que moi. Et je bénéficie du mentorat.

MateMonRéseau, qui réunit des entrepreneurs plus mûrs, est plus un lieu d'échange de bonnes adresses. Je peux apprendre lors de conférences sur différentes thématiques et profiter des témoignages des membres. Sur le compte Facebook dédié, je peux échanger avec l'ensemble des membres sur différents sujets comme bonnes adresses et bonnes pratiques.

Enfin, je suis membre du réseau BNI qui est plus structuré, où je vais hebdomadairement. On y va pour faire du business et essayer de se faire des recommandations d'affaires qualifiées.

Tous ces réseaux apportent beaucoup à l'entreprise par les contacts que je me fais et les conseils que je reçois. Plus personnellement, j'adore échanger et apporter aux autres. J'ai créé autour de moi une sorte de réseau d'experts dans différents domaines, qui m'aide à me construire. Du coup, je ne me sens jamais isolée. »

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Exemple de réseau de jeunes entrepreneurs : **ApéroEntrepreneurs** (fr.drinkentrepreneurs.org). « Les ApéroEntrepreneurs, c'est tous les premiers jeudis du mois l'occasion de se retrouver entre entrepreneurs, dans un cadre informel, sympa et plutôt central, dans tout un tas de villes de France et d'ailleurs. Pas de conférence ou de table ronde, pas de badges accrochés aux vestes, pas d'intervenant « star », rien que des échanges sympas pour mieux se connaître et pourquoi pas, une fois en confiance, essayer de se filer un coup de pouce ou échanger quelques tuyaux, recommandations, contacts, contrats, etc. »[1]

Hébergement temporaire pour les jeunes entreprises

Ces lieux ne sont pas dédiés aux jeunes, mais là encore, leur modèle fondateur en fait des outils particulièrement adaptés aux comportements de la nouvelle génération d'entrepreneurs que sont les jeunes.

Les tiers lieux

Les tiers lieux sont des espaces physiques ou virtuels de rencontres entre personnes de compétences variées qui n'ont pas forcément vocation à se croiser.

Du Fab Lab au TechShop, les ateliers paraissent très différents mais ils font partie d'un écosystème et se structurent autour d'un certain nombre de principes communs :

- des outils connectés à faible coût ;
- des populations hétérogènes ;

1. Source : fr.drinkentrepreneurs.org

– une vision renouvelée de la propriété intellectuelle ;
– la force des communautés réelles et virtuelles.[1]

Les espaces de coworking

Le coworking est un type d'organisation du travail qui regroupe deux notions : l'espace de travail partagé et la notion de réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture.

On peut citer par exemple La Ruche, pour les entrepreneurs sociaux, La Cantine, portée par les acteurs territoriaux de l'innovation numérique qui sont les deux acteurs les plus connus mais de nombreuses initiatives privées naissent sur le territoire comme La Mutinerie ou La Poussinade à Paris, AtHome à Toulouse, ou encore la Cordée qui a débuté à Lyon et se développe dans plusieurs villes de France…

La colocation

La colocation est souvent à l'origine de la création d'espaces de coworking. Comme pour votre logement, la colocation est une bonne solution pour trouver un point de chute pour votre jeune entreprise.

Pourquoi ne pas travailler dans les cafés ?

Un nouveau modèle réinvente le café pour les entrepreneurs : le café ou vous ne payez que le temps que vous y passez ! C'est l'AntiCafé, un nouveau concept créé par un jeune entrepreneur, qui n'en pouvait plus de se forcer à consommer ! Le wifi, une bibliothèque, un vidéoprojecteur… et un comptoir gourmand !

Se constituer un (advisory) board

C'est pour l'instant assez rare, mais certains jeunes entrepreneurs choisissent de constituer autour d'eux une équipe

1. Source : Cabinet Conseil & Recherche et Fondation Internet nouvelle génération (FING), *État des lieux et typologie des ateliers de fabrication numérique*, avril 2014.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

réduite de personnalités reconnues pour leur haut niveau de compétences qui viendront les épauler dans leurs décisions. Ce board vient en plus du conseil d'administration. Différents des investisseurs, les membres du board ont pour objectif d'accompagner le développement de l'entreprise en apportant leur expérience.

Ce board peut être particulièrement important quand on est un jeune entrepreneur :

→ Si vous avez su convaincre des personnalités publiques, il rassurera vos investisseurs.

→ En allant chercher des connaisseurs du secteur, ils vous aideront à décoder votre environnement technique et vous ouvriront des portes.

→ Un entrepreneur membre du board vous aidera à prendre du recul sur votre quotidien de dirigeant.

→ Une compétence technique précieuse vous livrera des savoir-faire que vous ne maîtrisez pas ou pour laquelle vous avez du mal à donner l'impulsion auprès de vos collaborateurs.

Conseils pour créer votre board

→ **Identifiez les compétences manquantes ou nécessaires :** cela vous permettra de cibler les bonnes personnes. Par exemple, si vous souhaitez monter un réseau de boutiques, allez chercher un pro du retail.

→ **Faites preuve de culot :** une fois les compétences et profils identifiés, contactez-les par tous les moyens possibles (LinkedIn, lettre postale…)

→ **Montrez votre passion :** la plupart de ces personnes sont elles-mêmes entrées dans une routine. Votre projet va les passionner et elles seront très certainement ravies d'y participer. Il suffit une fois de plus de bien cibler et de faire partager votre passion.

À cet instant, vous vous dites : « Génial, je vais constituer un board, mais comment rémunérer le temps de personnes si qualifiées ? » C'est en fait très simple.

Premièrement, si une personne ne vient que pour la rémunération, ne la prenez pas. N'oubliez pas que c'est vous qui recrutez ces personnes et qui allez devoir les managers pour faire avancer votre boîte. Cependant, il faut les rémunérer pour qu'ils restent motivés sur la durée. Il y a plusieurs moyens de le faire :

→ Distribuer des parts de votre société sous forme de BSA (bons de souscription d'actions) : cela est très incitatif. Ne dépassez pas 3 à 5 % pour l'intégralité du board. L'attribution de ces BSA est soumise à plusieurs objectifs que vous définirez, comme la présence au board, la disponibilité, signature de contrats, etc. Excellent levier au départ, car votre seule richesse reste votre capital.

Bon à savoir

C'est une excellente idée d'ouvrir votre capital dès le lancement. Cela vous permettra d'avancer sereinement sur votre projet et de rassurer vos partenaires et investisseurs. De plus, leurs expériences et le temps que ces personnes vous feront gagner n'a pas de prix.

→ Distribuer des jetons de présence : vous les rémunérez au temps passé dans votre société. Nous ne recommandons pas cette démarche notamment au départ car vous n'avez pas les fonds nécessaires pour satisfaire les attentes de ces personnes.

Cas pratique

En complément en ligne sur le site **www.dunod.com** à la page du livre, découvrez le cas thetops et le board de la société.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

L'essentiel

Les différentes formes d'accompagnement sont primordiales : compétences techniques, rencontres inspirantes ou même soutien moral… Ne restez pas seul. L'accompagnement en amont de la création en France est riche. Rejoignez l'un des dispositifs, ils sont d'une forte valeur ajoutée technique et pour la construction de votre réseau.

L'accompagnement post-création 100 % dédié aux jeunes est plus rare. Rencontrez plusieurs structures avant de choisir.

Les réseaux d'entrepreneurs ou professionnels sont incontournables pour sortir la tête du guidon. Sans jamais oublier de donner autant que vous recevez.

Se constituer un (advisory) board est un plus qui fait une énorme différence pour rassurer tous vos interlocuteurs.

Vers un plan d'action

- Faites le point de vos compétences, de vos doutes. Identifiez les trois ressources dont vous aurez besoin.
- Identifiez les structures d'accompagnement qui correspondent à vos valeurs et rencontrez-les.
- Testez plusieurs réseaux pendant un trimestre puis choisissez les 2 ou 3 qui vous conviennent.

6
Se financer

You need funding to get traction
and you need traction to get funding.
(« Vous avez besoin de financement pour générer de la traction
et vous avez besoin de traction pour vous financer. »)
Age Sluis

Objectifs

- Comprendre les différentes options de financement.
- Savoir quand et combien lever.
- Éviter certaines erreurs.

Une société ne peut se développer qu'avec des financements solides pour accompagner la croissance et financer les projets. Chacun des financements comporte des avantages et inconvénients. Il est ainsi primordial de comprendre les tenants et aboutissants de ces mécanismes qui auront des impacts très forts sur votre société.

Il ne faut pas voir le financement comme une nécessité mais comme un moyen de croissance. Cela fait d'ailleurs partie des éléments que vous devez absolument identifier dès le lancement : quels sont les besoins en financement pour mon projet et pour chaque étage ? Est-ce que je souhaite me diluer ou m'endetter ou les deux ?

Dans ce chapitre, nous verrons les différentes options de financement ainsi que les timings recommandés. Enfin, nous prendrons le temps de détailler les erreurs à éviter pendant cette recherche de fonds.

Les différentes options de financement

Afin que le financement de votre société soit pérenne, vous devez absolument établir une stratégie claire. Pour ce faire, vous devez comprendre votre écosystème de financement mais aussi et surtout, définir vos besoins. Enfin, et c'est le plus important, vous devez prouver que votre business fonctionne ou peut fonctionner facilement.

Suivant votre projet, vous allez devoir investir en technique, en stocks, en RH ou en marketing ou même tout cela à la fois (ce qui est le cas des start-up à croissance exponentielle). Le tableau 6.1 récapitule les différentes sources de financement avec nos remarques.

Tableau 6.1 – Les différentes sources de financement

Source de financement	Définition	Avantages	Inconvénients	Remarques
Client	Financement de son activité par la vente de ses produits ou services.	- Indépendance. - Auto-financement. - Maîtrise de la chaîne de valeur.	- Croissance pas rapide. - Accélération difficile. - Pas adapté la plupart du temps aux business digitaux.	Meilleur moyen pour se financer au démarrage. Permet de prouver son modèle pour ensuite financer l'accélération par d'autres leviers.
Love Money	Financement grâce à l'argent de ses proches : famille, amis, réseaux, etc.	- Rapidité et efficacité. - Suivant son réseau personnel, le montant peut être élevé. - Dilution faible.	- Implication des proches dans votre aventure dans le succès ou l'échec. - Pression supplémentaire car les proches sont actionnaires.	Solution facile de démarrage mais que nous ne recommandons pas car il est préférable de faire une vraie différence entre le personnel et le professionnel. L'aventure est suffisamment difficile pour ne pas impliquer en plus personnellement et financièrement ses proches.
Subventions	Obtention d'aides financières afin de développer son projet. Aides régionales possibles auprès de la BPI, des collectivités ou autres structures.	- Pas de dilution puisque pas de capital donné. - Argent « sans risque ». - Parfait pour tester un peu plus profondément le marché et votre produit.	- Processus long. - Dossier très lourd à créer.	Doit être l'une de vos priorités au démarrage : ce financement est « gratuit » et peut être très élevé suivant votre projet.

➜

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Source de financement	Définition	Avantages	Inconvénients	Remarques
Banques	Obtention de prêts auprès des banques traditionnelles pour financer son activité.	- Financement possible pour des petits montants de 10 000 à 20 000 €.	- Financement faible au démarrage. - Demande souvent d'être caution personnelle.	Si vous pouvez faire un prêt sans caution personnelle, faites-le. Sinon, nous vous déconseillons fortement d'engager votre responsabilité personnelle au démarrage. Cela sera possible plus tard, une fois la société mieux structurée.
Crowdfunding	Financement participatif pour donner la possibilité à des particuliers d'investir dans sa structure soit *via* du capital soit dans le produit.	- Très bon moyen de communication. - Possibilité de récupérer des montants phénoménaux.	- Très chronophage et demande beaucoup d'énergie et de suivi. - Toute la concurrence découvre votre projet.	Excellente idée pour lancer un produit ou une idée mais aussi tester l'intérêt de la communauté. Attention à mettre en place un bon *story telling* pour faire rêver et à utiliser son réseau pour générer le succès dès le démarrage.
Equity	Investissement dans la société *via* des investisseurs privés (*business angels*, fonds, etc.).	- Excellent moyen d'accélérer la croissance de la société. - Permet de structurer sa société et d'avoir les moyens de ses ambitions.	- Perte de capital car dilution pour les actionnaires. - Vous n'êtes plus seul maître à bord.	Très recommandé pour les personnes ayant beaucoup d'ambition et voulant aller très vite et très haut. Ne pas oublier les risques.

Vous l'aurez compris, le financement de votre entreprise n'est pas si simple et doit être bien réfléchi.

Le financement participatif

Le financement participatif est un excellent moyen de fédérer ses proches et sa communauté autour d'un projet bien défini.

TÉMOIGNAGE

Josephine Boulinguez, 31 ans, cofondatrice de Simalti, centre spécialisé dans la simulation d'altitude

« J'avais envisagé d'utiliser le crowdfunding pour redesigner le centre parisien de Simalti, mais dissuadée par mon entourage, qui ne voyait pas la logique de faire contribuer des clients à une amélioration de décoration, j'ai attendu un an d'avoir plus de fonds pour le faire, suite à un gros contrat. En revanche, quand s'est présentée l'opportunité de participer à une étude scientifique sur le concept de l'hypoxie, n'ayant pas les 15 000 euros requis, j'ai eu l'envie de fédérer mon entourage (clients, amis, fournisseurs, entrepreneurs) pour rechercher les fonds. Contrairement à la rénovation d'un local, cette problématique pouvait représenter un intérêt pour une communauté mobilisée autour de ce sujet spécifique. Même si mes partenaires scientifiques étaient dépassés par le concept du financement participatif, j'ai monté le projet sur KissKissBankBank. J'imaginais qu'une grosse plateforme serait plus adaptée mais je me suis vite rendu compte que c'est majoritairement mon entourage proche qui a participé au financement. Je pense qu'il faut d'abord avoir un bon carnet d'adresses avant d'utiliser la logistique de la plateforme. Il ne faut pas compter sur des potentiels dons d'inconnus. »

AVIS D'EXPERT

Alexandre Laing, fondateur de Bulb in Town, site de crowdfunding

« Bien que faisant partie des outils de la jeune génération, le crowdfunding n'est pas utilisé majoritairement par les jeunes. Aujourd'hui, le financement participatif est connu par de plus en plus de start-up et d'entrepreneurs de tous âges. Bien sûr, comme les réseaux sociaux sont largement →

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

utilisés dans ce cadre et que les jeunes sont plus sensibilisés et experts de ces modes de communication, ils ont une facilité à aller vers ce mode de financement. Mais 65 % de nos porteurs de projet ont plus de 30 ans.

En ce qui concerne les porteurs de projet, on a en général beaucoup moins besoin d'accompagner les jeunes. Ils ont l'habitude de communiquer, d'utiliser les réseaux sociaux et sont plutôt autonomes. La spécificité de Bulb in Town, c'est l'accompagnement des porteurs de projet dans la conduite de leur campagne.

En ce qui concerne les contributeurs, le premier cercle du porteur de projet va être dans la même tranche d'âge. Pour les cercles suivants, il n'y a pas de généralité : c'est fonction du projet. À partir du moment où il est intéressant pour une personne, quel que soit son âge, celle-ci peut contribuer.

Pour les jeunes, le crowdfunding est une expérience positive. Ils sont à l'aise avec le principe : des collectes, ils ont eu l'habitude d'en faire, le financement participatif, ils en ont entendu parler et ils voient bien l'intérêt que cela représente en termes de communication sur leur projet pour mobiliser une communauté.

Il y a toujours une part de Love Money dans les financements par crowdfunding. Elle est importante : ce sont les contributions de ce premier cercle qui permettent d'engager et d'amorcer une campagne. »

Les prêts d'honneur

Les prêts d'honneur, au même titre que les subventions, vous permettent de créer un « *boost* » dans votre projet grâce au financement reçu, mais aussi et surtout grâce au réseau et aides que vous rencontrerez.

AVIS D'EXPERT

Rudy Deblaine, délégué général, Initiative Île-de-France

« Les jeunes entrepreneurs font partie des acteurs premiers de l'économie de demain. Leurs projets d'entreprise sont particulièrement qualitatifs, pertinents, dynamiques et innovants, car souvent portés sur des marchés d'avenir. Ils le sont d'autant plus lorsqu'ils sont déjà soutenus par des organismes dédiés à l'accompagnement des jeunes qui auront pu

➜
les orienter dans les bonnes directions pour assurer la pérennité de leur entreprise. Mais pour un grand nombre – supérieur à la moyenne des autres dossiers –, il leur manque le capital de départ. N'ayant pas eu l'occasion de le constituer à travers une première vie professionnelle, ils ont besoin de ce coup de pouce financier pour la constitution de leur capital.

Le prêt d'honneur du réseau Initiative va donc apporter de la crédibilité à leur projet auprès des autres financeurs (banques, investisseurs…) en complétant l'apport personnel du jeune dirigeant. Quand on a affaire à un jeune, nous pouvons même aller jusqu'à apporter 100 % de ce capital de départ.

Nous sommes en capacité de mobiliser de nombreux acteurs pour les accompagner dans la finalisation de leur projet d'entreprise (avocats, banquiers, réseaux consulaires…), pour obtenir les financements nécessaires à l'amorçage de leur activité, mais également pour les aider à construire leur réseau professionnel de soutien et d'entraide. »

Les banques

Les banques sont souvent un sujet épineux au lancement. Il ne faut surtout voir les banques comme des ennemies. Car votre banque pourrait devenir votre meilleure alliée. Sachez donc bien la choisir et prenez le temps de trouver un conseiller avec qui vous avez un bon feeling.

CONSEIL PRATIQUE

› Dès que vous pouvez, prenez deux banques pour générer une saine concurrence mais aussi pour répartir les risques.

AVIS D'EXPERT

Dominique Caignart, directeur du réseau IDF BPI France

« BPI France ne dispose pas de statistiques précises sur l'âge des créateurs d'entreprise ayant bénéficié d'une intervention ou d'une garantie de notre établissement. Cependant, d'expérience, je m'aperçois que la plupart des entreprises innovantes dans le numérique et dans les prestations de services innovants aux entreprises ou à la personne sont portées par des jeunes. Ces jeunes ont en général un bon niveau d'études et

➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

ils se lancent dans ces activités avec peu de moyens. Le Fonds Régional d'Innovation IDF et notamment la subvention AIMA (Aide à la maturation de projets innovants), qui peut représenter jusqu'à 30 000 euros, leur permet de faire la démonstration que leur idée (produit ou service) peut être économiquement viable. Aujourd'hui, nous assistons vraiment à l'émergence d'une génération d'étudiants qui, par vocation, se dirige vers l'entrepreneuriat. C'est choisi, pensé, structuré, aidé, accompagné et financé. Et les résultats sont là. Il suffit de regarder le dernier numéro de la revue *Challenges* sur les 100 start-up dans lesquelles investir pour constater que la très grande majorité des entreprises citées sont portées par des jeunes de 20 à 30 ans.

Aujourd'hui, ces jeunes entrepreneurs sont l'aiguillon de l'écosystème entrepreneurial. Ils inventent et véhiculent les produits et services de notre futur proche. Nous avons besoin d'eux, de leurs idées et en cela nos équipes les traitent avec la plus grande attention. En effet, les évolutions actuelles bousculent tous les critères et schémas d'analyse historiques et nous obligent à diagnostiquer les projets de façon également totalement innovante. Les idées qui nous sont proposées sont souvent très innovantes mais s'imposent ensuite tellement qu'on se demande comment on a pu s'en passer jusqu'ici.

Si l'on regarde les 100 *success stories* mondiales, ce sont souvent des jeunes qui en sont à l'origine mais qui, à un moment de leur parcours, ont été aidés par des gens plus matures pour les accompagner, finaliser le projet et les soutenir financièrement.

Pour la région Île-de-France, ces jeunes entrepreneurs représentent une réelle chance de rebond économique. On peut aujourd'hui créer de Paris une entreprise qui s'adresse à un marché mondial assez rapidement. Ces créations dans la chaîne numérique et/ou de services innovants qui emploient majoritairement un personnel jeune et souvent diplômé des grandes écoles franciliennes entraînent aussi la création de petites entreprises moins technos pour de la sous-traitance intermédiaire (notamment logistique) et créent donc aussi des emplois non qualifiés pour compenser ceux perdus dans les entreprises industrielles traditionnelles. Il y a un vent d'optimisme actuellement et ces créations procurent un vrai potentiel de renouveau au niveau francilien. Ces entreprises du numérique créent de la richesse, de l'emploi et de valeur ajoutée pour le territoire tout en nous procurant une meilleure qualité de vie. »

Le financement en capital

Afin de mieux comprendre quels interlocuteurs vous devez rencontrer et à quelle étape, le tableau 6.2 récapitule tous les éléments.

→ **Pre-seed :** vous en êtes à l'idée. Pas encore de produits concrets.

→ **Seed :** vous avez lancé votre premier produit ou beta et vous avez les premiers résultats. Il est temps de passer à la prochaine étape en accélérant.

→ **Series A&B :** votre produit est validé, vous avez trouvé votre marché. Il faut recruter, structurer et accélérer très fortement.

→ **Serie C :** tout fonctionne parfaitement mais votre marché et votre potentiel sont tellement importants qu'il est temps de développer vos produits à l'international ou de commencer à racheter des sociétés.

→ **M&A (Merger & Acquisition ou Fusion & Acquisition) / IPO :** votre produit est arrivé à maturité, vous souhaitez vous faire racheter (M&A) ou acquérir vos concurrents ou votre marché est si vaste qu'il vous faut encore plus de moyens *via* une introduction en bourse (IPO).

Tableau 6.2 – Les étapes du financement en capital

	Pre-seed	Seed	Series A&B	Serie C+	M&A / IPO
Montant d'investissement	< 100 K	100 K – 1,5 M	500 K – 5 M	> 5 M	Pas de minimum
Interlocuteurs	Apports personnels Love Money Friends & family Prêts	*Venture capitalits* Love Money *Business angels*	*Venture capitalists* *Business angels* Fonds corporate	*Venture capitalists* Fonds Growth	Bourse Acquisition

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

AVIS D'EXPERT

Jean-Patrice Anciaux, Délégué général, Paris Business Angels

« La courbe d'apprentissage existe aussi chez les investisseurs. La start-up est une aventure très particulière, une catégorie à part entière dans le domaine de l'entrepreneuriat. Les investisseurs ont appris à les connaître et aujourd'hui, leur argent va massivement vers cette catégorie d'entreprises. Le périmètre se resserre même de plus en plus vers celles qui proposent une innovation technologique.

Que recherche un investisseur quand il investit ? Olivier Mathiot, cofondateur de PriceMinister, résume cela en une phrase : « On recherche avant tout le sens de l'honneur. » En effet, l'équipe est le critère de choix numéro un, numéro deux et numéro trois pour le choix de l'entreprise dans laquelle investir. Les porteurs du projet doivent être capables de tout dire, ce qui va et ce qui ne va pas. L'échec éventuel sera ainsi mieux accepté par tous, entrepreneurs et investisseurs.

L'entrepreneur qui cherche de l'argent doit faire preuve de bon sens et d'empathie. Il doit se renseigner sur la personne et la structure qu'il va rencontrer et se demander si son dossier peut convenir à son interlocuteur. Avant de rechercher de l'argent, il faut chercher un *sparring partner*, des personnes avec qui créer un lien et une vision commune autour d'un projet.

Les mots clés de la recherche de fonds sont : humilité, transparence et confiance. Et exécution ! Les investisseurs autour de la table doivent ressentir qu'au-delà des idées, l'entrepreneur a la capacité de mettre les mains dans le cambouis, qu'il est capable de rassembler les premiers milliers d'euros et de faire sortir quelque chose de terre avant de lever des fonds. »

Lorsque vous choisissez votre équipe, vous vous engagez sur la durée pour le meilleur et pour le pire. Lorsque vous choisissez vos actionnaires, vos investisseurs (oui, on peut et on doit choisir ses investisseurs), vous devez bien prendre en compte tous les paramètres (dilution, pacte, conditions, montant investi, feeling avec le *partner,* etc.) pour valider cet investissement. Si vous avez un doute, n'y allez pas ! Cela pourrait se retourner contre vous.

Les warnings de la recherche de financement

■■■ Oui, lever des fonds est une belle étape mais cela ne doit pas être vu comme une réussite en soi. Lever des fonds est une responsabilité. Lever des fonds vous oblige à avoir des résultats probants et vous force, plus que jamais, à atteindre vos objectifs.

Il est donc bien nécessaire d'appréhender les risques :

→ **Pourquoi lever :** ne levez pas des fonds uniquement pour pouvoir dire « j'ai levé », comme cela arrive trop souvent ! Ce n'est pas une fin en soi mais un commencement, un moyen d'accélérer. Pour cela, le plan doit être très précis avec des objectifs clairs.

→ **Quel vrai besoin de financement :** assurez-vous de faire un BP « sexy » pour les investisseurs mais aussi un BP très réaliste, voire pessimiste. Cela vous permettra de définir un plan de financement précis. Vous pouvez aussi essayer de lever plus pour garder une poche de sécurité de côté (10 à 15 % du montant nécessaire) car on ne sait jamais…

→ **Objectifs :** définissez des objectifs atteignables, précis et quantifiables : CA, clients, rentabilité, etc. Cela doit être votre seul et unique moteur pour le temps de la levée. Intégrez la notion de rentabilité car sinon, vous serez sans cesse obligé de lever. Cela ne s'applique pas dans le seul cas où votre traction (ou croissance) est énorme (+ 300 % par an minimum).

→ **Dilution :** votre seul argent au démarrage est votre capital. Faites donc bien attention à votre dilution sur le deal mais aussi sur le temps. Plusieurs clauses de dilution (lorsque des actionnaires investissent, vous vous diluez de X %) ou relution (*via* des objectifs à atteindre, vous allez vous reluer, soit reprendre du capital) en fonction d'objectifs peuvent vous être préjudiciables.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Veillez à vous entourer des bonnes personnes pour vous conseiller et ne cédez pas trop de capital au démarrage. De plus, ce ne sont pas la première valorisation ni la deuxième qui sont importantes mais bel et bien les series B ou C où vous ferez une vraie culbute si votre boîte a les moyens d'y arriver. Ne perdez donc pas trop de temps dessus.

→ **Temps passé :** lever des fonds prend du temps. Souvent 3 à 6 mois entre les premiers contacts et les fonds sur le compte. Et surtout, cela vous prendra presque l'intégralité de votre temps au quotidien. N'oubliez pas que votre objectif est bel et bien de réussir l'opérationnel et de le suivre ; durant cette période, vous ne pourrez pas tout faire. Soyez donc prêt à déléguer, à être très efficace et à « closer » le plus vite possible.

AVIS D'EXPERT

Sébastien Matykowski, cofondateur de Capival

« Leveur de fonds depuis dix ans, j'ai pu constater qu'entre l'avènement du crowdfunding equity & dettes (c'est-à-dire avec une prise de participation), la pleine maturité désormais de BPI France, et l'émergence du Fonds national d'amorçage, la recherche de financements s'est démocratisée depuis 2-3 ans.

La capacité à rencontrer ceux qui financent s'est très largement accentuée. Il s'agit là d'un progrès notable dont il faut se réjouir. Comme toujours, ce type d'évolution favorable présente quelques effets pervers qui pourraient, s'ils devaient s'affirmer, pervertir plus largement les efforts menés par les acteurs privés, semi-publics et publics en France depuis la crise de 2008.

Tout d'abord, une levée de fonds a tendance à devenir un *must have* pour tout entrepreneur qui se respecte. La levée de fonds devient presque une fin en soi et on en oublie sa qualité première qui est de tendre vers une position de leader sur un marché et vers un modèle économique vérifié et générateur de *cash flow*. C'est un peu comme si lever des fonds, c'était se rendre *bankable* face à un écosystème pour atteindre le Saint Graal de →

la réussite entrepreneuriale, quitte à quelque peu oublier l'essentiel : la pérennité d'un modèle de développement à moyen-long terme. Si la crise de 2008 s'est avérée catastrophique dans la capacité des entrepreneurs à lever des financements, elle présentait au moins l'avantage de les obliger à se recentrer sur leur habilité à autofinancer le plus rapidement leurs aventures (*lean stories*).

Par ailleurs, les valorisations pre-money (valeur de l'entreprise avant la levée de fonds) à l'occasion de la première levée de fonds ont explosé. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat a bonne presse et une économie s'est opportunément créée pour accueillir les entrepreneurs (accélérateurs, incubateurs, espaces de coworking dans les écoles, les filières industrielles…). Le pouvoir de négociation a basculé du côté de l'entrepreneur. La valorisation étant la résultante du pouvoir de négociation qui s'exerce entre l'entrepreneur et l'investisseur, les valorisations remontent, même pour des sociétés n'ayant pas amorcé la commercialisation de leur offre. Et si le chiffre d'affaires n'est pas au niveau escompté, cela compromet la deuxième levée de fonds ou entraîne la dilution sanction des créateurs. Rien de bon pour l'entrepreneur finalement.

Ainsi, s'il faut plus que jamais se satisfaire d'une conception de l'économie dans laquelle l'entrepreneur occupe une place centrale, il est de notre responsabilité de veiller à l'efficience de l'investissement, surtout quand la BPI (donc nos impôts) finance une part non négligeable des investissements. Difficile de trouver le bon équilibre, certes, mais le balancier va s'équilibrer, pour sûr ! »

Cas pratique

En complément en ligne sur le site **www.dunod.com** à la page du livre, découvrez le cas thetops et le témoignage de Georges Chryssostalis.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

L'essentiel

Les différentes options de financement. Il existe de nombreuses options de financement : banques, investisseurs, crowdfunding, Il est de votre devoir de bien identifier les avantages et inconvénients de chacune, mais aussi le bon timing. Commencez par vous financer avec des subventions et des prêts et continuez cette démarche jusqu'à trouver votre modèle. Une fois le modèle trouvé, vous pourrez passer à l'étape supérieure en accélérant auprès de *business angels* et de fonds.

Les warnings de la recherche de financement. Ne prenez pas le financement comme une fin en soi mais comme une opportunité et un moyen de croissance. Passez-y donc le moins de temps possible et surtout, faites très attention à votre dilution dans le cadre d'une levée de fonds ainsi qu'aux conditions du pacte.

Vers un plan d'action

- Définissez des objectifs et une vraie stratégie de financement.
- Rencontrez les différents acteurs de financement pour avoir le choix.
- Mettez-vous une *deadline* à partir de laquelle le financement devient primordial.

7
La première année

Ose rêver. Ose essayer. Ose te tromper. Ose avoir du succès.
KINGSLEY WARD

Objectifs

- S'assurer le minimum est fait pour ne pas mettre l'entreprise en peril à très court terme.
- Valider le potentiel du produit ou du projet.
- S'assurer que l'équipe est la bonne.

Chaque création d'entreprise est différente, et pourtant elles se ressemblent toutes. Jeune ou vieux, homme ou femme, traditionnel ou innovant, Français ou Chinois, vous êtes en train de vous lancer dans une aventure à la fois universelle et spécifique aux entrepreneurs. Comme pour les entreprises, le monde n'a pas de frontières : quand deux entrepreneurs échangent entre eux, ils se comprennent.

Dans ce chapitre, nous verrons les points sur lesquels nous avons pu constater une approche plus spécifique aux jeunes entrepreneurs, ou des difficultés que vous risquez de rencontrer.

Le lancement

La forme juridique

La rédaction des statuts et la forme juridique de l'entreprise restent votre pire cauchemar ? C'est l'exercice qui paraît souvent le plus compliqué, en grande partie sans doute parce qu'à ce stade, il est purement théorique.

Vous pouvez vous aider de statuts standards que vous trouverez sur Internet, mais seulement comme une aide à la réflexion pour vous poser les bonnes questions. Les statuts, que nous vous conseillons d'assortir d'un pacte d'associé, posent les règles entre associés et avec les tiers de la société. Toute la prose que vous pourrez trouver sur le sujet utilise le plus souvent des mots barbares, c'est pourquoi nous vous recommandons de ne pas faire dans l'approximatif et de vous faire aider par des experts (expert-comptable, juriste ou structure d'accompagnement).

Attention

Le jour où vous vous devrez vous séparer de votre associé ou changer d'activité, ce que vous avez écrit vous-même dans vos statuts peut devenir ce qui vous fera couler ! Passez du temps sur vos statuts et votre pacte d'associé, même si c'est difficile : c'est ce qui vous assurera un sommeil plus serein tout au long de la vie de votre entreprise.

Pour la forme juridique, il n'y en a pas de bonnes ou de mauvaises dans l'absolu : il y a celle qui vous convient et qui est adaptée à l'entreprise que vous créez. La SAS est cependant la forme plébiscitée par les jeunes entrepreneurs pour sa souplesse et la protection du dirigeant.

Le régime fiscal de la JEU

En fonction de votre activité, de la nature de vos associés, de la structure de votre capital, vous pouvez prétendre à des avantages fiscaux et sociaux.

Le statut de **Jeune Entreprise Universitaire (JEU)** est un **régime** fiscal qui vous concerne spécifiquement. Toute entreprise, quelle que soit sa forme juridique ou son régime fiscal, peut solliciter le statut de JEU dès lors qu'elle satisfait à certaines conditions et notamment :

- avoir moins de 8 ans d'existence ;
- être dirigée ou détenue directement à hauteur de 10 % au moins de son capital par des étudiants, des personnes titulaires depuis moins de 5 ans d'un master ou d'un doctorat, ou des personnes affectées à des activités d'enseignements ou de recherche.

Ce statut permet de bénéficier d'avantages fiscaux et sociaux.

CONSEIL PRATIQUE

› Dans le même esprit que la JEU, si votre activité nécessite que vous investissiez au moins 15 % de vos dépenses totales par exercice dans la R&D, renseignez-vous sur le statut de la Jeune Entreprise Innovante (JEI).

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

TÉMOIGNAGE

Antoine Vu, 28 ans, cofondateur d'Atomic Soom, agence de création digitale

« Il n'y a aucune étape simple dans la création d'entreprise entre la naissance de l'idée et le lancement de toutes les procédures pour créer la société. Pour nous, cela n'a pas été évident d'affronter la complexité et les contraintes des démarches administratives du lancement. Cela nécessite énormément de travail et il faut s'en donner les moyens. Nous venions du digital, nous avions la rigueur mais pas les compétences. Au démarrage, les fonds manquent pour faire appel à l'extérieur. À 24 ans, plein d'enthousiasme, on est en décalage avec la réalité. La vraie difficulté, c'est de savoir anticiper toutes les situations, y compris les plus noires, pour ne pas être au pied du mur quand elles se présentent.

Nous avons cherché les conseils dans notre entourage et nous avons eu la chance d'être accompagnés par les bonnes personnes, de pouvoir échanger, de bénéficier de recommandations. Cela nous a permis de nous rendre compte que tout était possible en bien ou en mal dans ce genre d'aventure. Lorsque nous nous sommes séparés de deux de nos associés, je me suis rendu compte que la situation, qui aurait pu être mieux prévue, avait été anticipée par nos conseillers. »

Le nom de l'entreprise, les brevets, la protection industrielle, intellectuelle…

Nous vous avons recommandé de parler de votre projet autour de vous, mais pensez à vous protéger ! Vos noms de marque sont précieux, n'en parlez pas sans avoir au minimum déposé le nom de domaine (le coût est vraiment limité) puis déposez votre marque et votre logo à l'INPI.

CONSEILS PRATIQUES

› En savoir plus sur le dépôt des noms de domaine : www.afnic.fr

› En savoir plus sur la protection des marques et des inventions : www.inpi.fr

Même principe de précaution avec vos inventions : brevets, dépôts de dessins et modèles, enveloppes Soleau sont les incontournables pour vous assurer la paternité de vos projets.

Les outils de pilotage et les indicateurs clés

Vos ambitions sont grandes. Mais pour avancer chaque jour, il est important de prévoir les différentes étapes qui vous amèneront à décrocher la lune. Choisir les priorités, ne pas se disperser mais ne pas laisser passer de belles opportunités : comment trancher, comment faire la part des choses ? Ce sera un des aspects de votre métier d'entrepreneur les plus difficiles à appréhender à vos débuts.

Dans la grande majorité des cas, 3 à 4 tableaux de bord suffiront (incluant le suivi de la trésorerie et le suivi commercial). Vous devez vous astreindre à les suivre sans vous trouver de bonnes excuses à chaque fois que vous n'êtes pas dans les clous. Comprenez pourquoi, réajustez et avancez. Enrichissez-vous du tâtonnement plutôt que de vous cogner dans l'arbre en fermant les yeux !

Trouver les fournisseurs et les sous-traitants, gérer la production et le suivi client

Pour ceux qui ont décidé de lancer un produit industriel, la recherche du sous-traitant est toujours complexe. Vous êtes jeunes, le plus souvent dans des secteurs traditionnels qui n'ont pas l'habitude de faire confiance à des entrepreneurs de votre âge. L'industrie est un métier difficile : leur niveau d'acceptation du risque est souvent très bas ; les petits volumes coûtent cher.

Votre obsession doit être d'obtenir un contrat équilibré. Ne vous engagez pas sur de très gros volumes. N'acceptez pas des prix et des délais de paiement qui rendraient impossible votre équilibre financier. Ne faites pas trop miroiter de grandes

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

CONSEIL PRATIQUE

Évitez d'être seul pour des rendez-vous stratégiques avec des fournisseurs. Deux ressentis valent mieux qu'un !

choses, vous risquez de ne pas être crédible ou de décevoir.

Attention, car l'effet boomerang peut être dévastateur. Renseignez-vous sur vos fournisseurs : le prix n'est pas le seul critère de choix. Vérifiez leur solvabilité, leur adaptabilité. Si vous avez affaire à un entrepreneur, il pourra être séduit par votre jeunesse et avoir envie de vous soutenir.

C'est le moment de jouer carte sur table et d'en faire un partenaire. Soyez ouverts et attentifs aux signaux qui pourraient vous simplifier ou vous compliquer considérablement la vie !

Pour ceux qui se lancent dans la distribution et qui référencent des produits ou des services, la tâche est moins ardue, mais le risque est élevé. Vous devez valider la qualité de ce que vous distribuez car vous en serez garants ; vous devez vous assurer que votre fournisseur vous livrera dans les temps, qu'il sera en mesure d'assurer un SAV…

Des idées simples amènent parfois à construire autour de soi un environnement solide dont les acteurs sont interdépendants. Le moindre grain de sable peut mettre toute la machine par terre. Couchées sur papier, les anecdotes autour d'incidents de logistique pourraient former une bibliothèque à elles toutes seules !

TÉMOIGNAGE

Charlotte Marchand, 33 ans, cofondatrice de Pack N Board, site e-commerce de vente d'accessoires de voyage

« Lorsque nous avons fondé www.packnboard.com en 2012, nous avions une vision limitée des besoins logistiques. Soucieuses de nous focaliser sur nos domaines d'expertise, nous avions fait le choix d'externaliser et d'automatiser le stockage et la gestion des expéditions, moyennant un investissement financier important.

Mais au bout de six mois, nous n'avions pas atteint le volume de commandes qui aurait commencé à rentabiliser cette prestation. Par ailleurs, bien que représentant notre plus grand centre de coût, notre logistique ne satisfaisait pas nos clients.

Nous avons donc opté pour une rupture radicale de notre organisation et rapatrié tout le stock en interne dans nos bureaux. Les premiers mois, c'était vraiment une organisation artisanale mais nous avons ainsi vraiment appris à maîtriser l'expérience client jusqu'au dernier kilomètre. Pendant la forte période de Noël, nous préparions même les colis le week-end, les amis venaient nous aider… Un gros avantage de la jeunesse !

Suite à cela, en nous appuyant sur notre vécu, nous avons pu mettre en place un partenariat évolutif avec un autre e-commerçant en gardant toute la souplesse nécessaire de notre promesse client.

Il est difficile, lorsqu'on se lance, de savoir où placer le curseur entre automatisation et souplesse et il est essentiel de comprendre d'abord les attentes de ses clients – dans notre cas, une forte pression sur la gestion des expéditions. Nous avons retenu la leçon et la notion d'expérience client réussie est devenue notre marque de fabrique ; nous la mesurons en permanence et conseillons à tous ceux qui nous posent la question de garder en tête ces 3 critères : que représente le coût de la solution que j'envisage sur les recettes des premiers 24 mois ? Est-elle évolutive ? Me permet-elle de gagner en expérience sur une compétence clé ? »

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Que fait-on, que délègue-t-on ?

Quand on démarre, on fait tout, c'est normal… quoique. Vous avez fait un inventaire de ce que vous saviez faire : il y a forcément des tâches dans lesquelles vous ne vous sentez pas à l'aise et qui sont pourtant stratégiques ou obligatoires. Ne vous laissez pas déborder. Si vous êtes plusieurs associés, la situation peut être tenable un temps. Si vous êtes seul, c'est souvent au détriment du développement de votre entreprise. Et vous risquez de rentrer dans un cercle vicieux qui vous empêchera *ad vitam aeternam* de prendre l'envol que vous appelez de vos vœux. Aussi, ne pas tout faire, ce n'est pas être mauvais : c'est être humain. Votre préoccupation doit être le développement ; tout ce qui n'y contribue pas directement et vous empêche d'être efficace, vous devez envisager de le déléguer. Et souvent donc, financer une autre ressource avant de vous rémunérer.

Confier le commercial à Google ou à vos stagiaires ?

Parmi les tâches que vous souhaitez déléguer, c'est souvent au commercial que vous pensez. Mais si vous relisez le paragraphe précédent, vous comprendrez que le développement, c'est pour vous ! Vous êtes le fondateur de l'entreprise, c'est à vous d'aller voir vos clients. Personne d'autre que vous ne peut leur faire comprendre à quel point votre offre est celle qu'il leur faut… Google ? Un stagiaire ? Pourquoi pas, mais avec vous aux commandes et les mains dans le cambouis. C'est aussi ce qui vous permettra d'ajuster votre offre au fil de l'eau, d'affiner votre vision pour rester innovant.

Développer le bouche à oreille

Pour le bouche à oreille, les jeunes sont les rois ! On peut dire qu'il y a une chose que vous savez bien faire, c'est faire le buzz. Parce que vous êtes investis à fond dans votre projet, vous y croyez, vous le portez ! Chacune de vos interventions donne envie

de vous suivre et de parler de vous. Continuez, donnez ! Faites parler de vous partout, vous n'êtes jamais à l'abri de croiser un gros client potentiel ou un investisseur. Attention, écoutez aussi, et pensez à remercier ceux qui vous relaient et qui vous soutiennent. #FollowFriday, ça vous dit quelque chose ?

Faire beaucoup avec peu de moyens

Votre incroyable chance, c'est que vous n'avez pas l'habitude d'avoir une armée à vos pieds qui organise tout pour vous. Donc, vous savez que pour obtenir quelque chose, une bonne façon d'obtenir satisfaction, c'est de le faire soi-même. La règle est la même dans votre toute jeune entreprise. En réfléchissant un peu, c'est incroyable tout ce que l'on peut faire avec trois francs six sous… même inventer un beau mot pour désigner cette pratique millénaire : le *bootstrapping* !

TÉMOIGNAGE

Clément Scellier, 26 ans, cofondateur de Jimini's, les apéros insectes

« Nous fonctionnons par *bootstrapping* à toutes les étapes de notre développement parce que nous sommes sur un marché de niche. Bien qu'il soit considéré comme un marché d'avenir, il y a encore beaucoup d'incertitudes et nous souhaitons maîtriser les risques financiers.

Dès le lancement du projet, comme nous n'avions ni le financement ni les compétences pour débuter, nous avons recherché des aides et bénéficié d'un accompagnement technique par un laboratoire de formulation agroalimentaire qui avait tout ce savoir-faire en interne et qui nous a permis de sortir une formulation de recettes pour nos insectes. Nous avons mis en place une campagne de crowdfunding mais sans en attendre la fin, nous avons démarché des clients, en montrant des prototypes de packaging qu'on avait fabriqué nous-mêmes, remplis d'échantillons fournis par le laboratoire. C'est un exemple assez parlant de la possibilité de convaincre des prospects avec des produits qui ne sont pas du tout finis en y allant au culot. ➜

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

➜ Une fois l'atelier monté, nous n'avions pas suffisamment de fonds pour acheter une ensacheuse qui coûte plus de 50 000 Đ. Nous avons donc investi dans une petite thermosoudeuse électrique. Et pendant six mois, nous avons fait des sachets à la main, qu'on découpait aux ciseaux cranteurs pour que ce soit plus joli. Grâce à cette solution évidemment chronophage, nous avons pu avoir un produit à partir d'un investissement minimal et être sur le marché très rapidement sans attendre des financements supplémentaires. »

Parmi les investissements à faire absolument, figure le site Internet marchand à faire entièrement. À moins que vous ayez un développeur dans l'équipe d'associés, vous allez devoir faire un site Internet et donc faire appel à des ressources externes. Si ce site est stratégique pour la production de votre activité, consacrez-y un temps important. Fournissez à votre prestataire un cahier des charges précis, très détaillé. Faites un programme d'avancement avec lui. Faites un point hebdomadaire. Ne laissez rien passer. Et faites en sorte de ne pas être dépendant de lui une fois le site livré. Pour vous convaincre d'être vigilant, demandez à quelques start-upers autour de vous comment ça s'est passé pour eux.

Saisir les opportunités

… mais ne pas s'éparpiller ! C'est un peu la quadrature du cercle. Votre énergie et vos connexions vous ouvrent tous les jours de nouveaux horizons. Parfois, il faut savoir renoncer, ou simplement faire patienter. Gardez toujours à l'esprit cette question : « Qu'est-ce que je perds en saisissant cette opportunité ? Le gain que j'en espère sera-t-il supérieur à celui que je perds en consacrant moins de temps à l'action que je suis en train de mener ? »

Constituer son réseau

Ne restez pas seul ! Même si vous êtes nombreux à l'avoir compris, certains d'entre vous craignent encore d'importuner leurs contacts en allant chercher auprès d'eux un autre point de vue, du soutien, un échange ouvert… C'est à ça que sert un réseau, et vous faites partie du leur. Un jour, ils vous demanderont aussi un coup de main. Pensez à entretenir votre réseau, autrement que par des mails circulaires (dans ce cas, ça s'appelle un fichier de contacts ou une base de données). Un mot personnalisé de temps en temps est toujours bienvenu (par exemple en répondant par un mail de remerciement à une invitation circulaire à laquelle vous ne vous rendrez pas ou en laissant un commentaire sur son mur Facebook). Si vous ne donnez de vos nouvelles que lorsque vous allez mal ou que vous avez besoin de quelque chose, vous pourriez vous mettre à imaginer rapidement qu'un réseau ne sert à rien alors que c'est vous qui ne savez pas le faire fructifier.

CONSEIL PRATIQUE

› Pensez à conserver un bilan réseau équilibré : à chaque fois que vous demandez quelque chose à quelqu'un, mettez un point d'honneur à apporter quelque chose à une personne de votre réseau.

Le bluff

Certains diront « Tel entrepreneur raconte n'importe quoi », d'autres répondront « Non, il anticipe un peu ! ». La vérité est sans doute toujours un peu moins belle que ce que vous racontez. Passer sous silence les détails moins réjouissants ou annoncer un CA qui relève plus d'un prévisionnel optimiste que d'un carnet de commandes fermes (tant que vous n'aurez pas à fournir la preuve de vos engagements à vos interlocuteurs) n'est pas passible de la peine capitale, et cela permet de donner envie de vous suivre. En revanche, si vous avez un mentor, fini le bluff : à lui, il faut tout dire, c'est une façon aussi pour vous de vous assurer que vous gardez votre lucidité.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Prévenir les risques

Vous n'êtes pas invincible : pensez à prévenir les risques. Avez-vous une couverture sociale ? Que se passera-t-il si vous devez vous absenter plusieurs jours ou semaines de l'entreprise ? Et si vous êtes cambriolé ? Votre forme physique, que faites-vous pour la maintenir au top ? Et votre petite astuce pour vous ressourcer, vous la connaissez ? C'est tout de suite que vous devez mettre en place les bons réflexes pour tenir longtemps, avec un plaisir renouvelé chaque jour.

Vos premiers clients

Vos premiers clients sont votre plus grande richesse et votre chance de succès. Ils sont ceux qui pour la première fois ont testé votre produit. Vous devez les chérir et vivre pour eux. Que ce soit du B2C ou du B2B, contactez-les personnellement afin d'entendre les retours et les améliorations.

C'est l'étape la plus importante car vous allez enfin comprendre, après tous ces mois de travail, quels sont les atouts de votre projet, ce qui plaît, ce qu'il faut améliorer, etc. Ce n'est que grâce à cette étape que vous franchirez la prochaine. Par ailleurs, n'ayez pas peur d'expliquer à vos clients que vous êtes une jeune structure ainsi que vos ambitions. Cela vous permettra de les intégrer encore plus dans le projet, de leur donner l'impression qu'ils en font partie et qu'ils vont vous permettre de passer une étape.

CONSEIL PRATIQUE

› Pour les projets B2C, prévoyez des focus groupe tous les 2 ou 3 mois afin de connaître vos clients et de tester les améliorations directement. Et faites-le sans agence, bien sûr. Prévoyez un rapide questionnaire quantitatif et qualitatif que vous soumettrez à 10 à 20 clients.

TÉMOIGNAGE

Sébastien Conejo, 30 ans, cofondateur de Buddyweb, agence digitale web et mobile

« Pendant longtemps, nous cherchions absolument à travailler avec un grand compte dans l'idée que "grand compte = grand budget" et pour le prestige de la référence qui, mise en avant sur notre site, attirerait d'autres clients similaires. Or nous avons réalisé que traiter ce type de prospect demande beaucoup de temps avec des appels d'offres qui imposent beaucoup de contraintes et des critères de sélection auxquels des jeunes entreprises peuvent difficilement répondre (expérience, montant du CA, connaissance du domaine d'activité…).

Avec de telles contraintes, nos prospections n'ont pas abouti. Notre mentor nous a fait comprendre que nous ne nous posions pas la bonne question. Nous nous entêtions à vouloir signer avec un grand compte sans nous pencher sur le "pourquoi". Or il ne s'agissait pas de savoir comment travailler avec un grand compte mais de déterminer une cible en fonction d'un objectif.

En prenant du recul, nous sommes arrivés à la conclusion que nous voulions collaborer avec des entreprises qui accordent un budget important à leurs projets, qu'il s'agisse d'une start-up, d'une TPE ou d'un grand groupe. Pour comprendre qui étaient nos clients, nous avons mis sur papier tous les projets acquis en trois ans. Nous les avons évalués selon plusieurs critères (connaissances techniques de notre interlocuteur, maturité du projet, délais et budgets accordés…), puis nous les avons analysés et avons remarqué que deux types d'entre eux étaient plus rentables. Nous avons su alors à qui nous adresser en priorité. Faire une typologie de nos clients nous a permis de confirmer notre cible, de nous positionner et d'adapter notre discours. Aujourd'hui, nous savons ce que nous voulons et où nous allons : nous allons nous développer en prospectant vers cette cible, l'objectif étant d'aller vers des projets de plus en plus importants, quelle que soit la taille l'entreprise. »

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Vos premiers clients, vous allez devoir les chercher au culot et en utilisant votre réseau. Alors oui, direz-vous, mais en ayant peu d'expérience ou encore étudiant, vous n'avez pas de réseau. C'est faux ! Vous êtes dans une école, vous avez des amis, une famille, etc. Tout est bon à prendre et vous devez absolument en avoir conscience.

Ne soyez pas bloqué par le premier client car une fois le premier signé, c'est la libération ! Comme toutes les premières fois, ce n'est pas toujours évident mais la finalité reste importante : vous avez signé votre premier client. Et prenez tout de suite de bonnes habitudes : écoutez-le, analysez-le pour dupliquer cette réussite !

TÉMOIGNAGE

Maxime Tait, 24 ans, fondateur de QK confiserie, la référence française du bonbon anglais

« Quand on prospecte ses premiers clients, avec l'énergie et la fougue que l'on peut avoir quand on est jeune, on fait toujours des tests. À 20 ans, on a essuyé moins d'échecs qu'à 50, alors on tente pour voir ce que ça va donner. Quand ça passe, on se dit qu'on a eu de la chance sur ce coup-là. À 50 ans, vous savez ce qu'il ne faut pas dire ou ce qu'il faut dire. Vous prenez moins de risques mais vous calculez. À mon âge, on fait les choses sans réfléchir, ce n'est pas planifié du tout.

Aujourd'hui, j'y vais au culot parce que je me dis que je n'ai rien à perdre et que je dois tout donner parce qu'au moins, je n'aurai pas de regret. Pour le démarchage pour placer des bonbonnières de comptoir dans les bistrots et restaurants, je me suis fait une liste complète dans un quartier à Paris et je vais frapper aux portes. Même si certaines personnes me disent « J'en veux pas de tes bonbecs », ce n'est pas grave, je passe au prochain. Je ne m'arrête pas. On s'essouffle moins vite quand on est jeune. Je ne pense pas que quelqu'un de 50 ans irait s'embêter à marcher une journée entière dans Paris pour prospecter comme je le fais alors que moi, j'aime plutôt ça. »

Les difficultés

■■■ La vie d'entrepreneur n'est pas un long fleuve tranquille. C'est un chemin jonché d'embûches, un chemin qui n'est pas simple. Vous passerez plus de temps à résoudre des problèmes qu'à recevoir des bonnes nouvelles. C'est un fait et pas une fatalité. Il faut juste le savoir afin d'être préparé.

Parmi les difficultés que vous pourriez rencontrer :

→ **La solitude :** ce n'est pas un mythe. En créant votre société, vous vous enfermez généralement dans une bulle solitaire où les gens autour de vous ne vont pas forcément en comprendre l'intérêt. Faites donc tout pour en sortir. Constituez une team, rencontrez d'autres entrepreneurs.

→ **Le doute :** vous allez passer par des phases de doute sur votre projet, vos idées, vos équipes et malgré cela, vous allez devoir avancer. Gardez en tête votre objectif et tenez-y vous.

→ **Un portefeuille personnel un peu mince :** eh oui, un entrepreneur, sauf une fois la réussite acquise, ne gagne pas bien sa vie. Soyez prêt à ne pas être payé ou très peu pendant un certain temps. Néanmoins, n'allez pas trop loin dans l'investissement financier personnel au risque de vous mettre trop en péril.

→ **L'échec :** vous allez rencontrer de nombreux échecs dans votre vie d'entrepreneur. Une idée qui n'a pas le succès attendu, un recrutement qui ne fonctionne pas, un client mécontent… Soyez donc prêt à ça pour vous en servir comme une nouvelle force pour les prochaines étapes. Rappelez-vous : « *No Pain No Gain* » (« Pas d'échec, pas de victoire »).

→ **Un mauvais recrutement :** c'est l'une des étapes les plus importantes et les plus difficiles. Recrutez des gens meilleurs que vous, des gens qui pourront amener votre société à un niveau supérieur. Faites cela en déléguant un maximum.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

→ **Devoir gérer son moral et celui de ses associés :** votre moral est primordial. Sans un bon état d'esprit de votre part ou celui de vos associés, vous ne serez pas capables de motiver vos équipes. Vous devez être à fond et ou faire semblant de l'être si pendant un moment vous ne l'êtes pas. Soyez aussi transparent avec votre équipe pour éviter les questions et les doutes.

→ **Devoir prioriser :** vous allez gérer toutes les missions de l'entreprise : corporate, finance, commercial, technique, marketing, vous allez devenir le plus grand touche-à-tout de l'histoire. Mais gardez en tête vos objectifs et priorisez vos actions car vous ne pourrez pas tout faire.

→ **Savoir maximiser le flux de bonnes nouvelles :** eh oui, malgré tout, il y a souvent de bonnes nouvelles ! Pour ces dernières, vous devez simplement en profiter et en faire profiter l'équipe car ça fait du bien et c'est toujours excellent pour avancer.

Maintenant que vous êtes préparé aux difficultés à venir, ne vous laissez pas inquiéter car on oublie rapidement cela le soir, pour ne se souvenir que des bonnes nouvelles !

TÉMOIGNAGE

Faustine Zanetta Monti, 25 ans, fondatrice de Al Di Sopra

« Lorsque j'ai fondé Al Di Sopra, j'étais seule. J'avais donc l'habitude d'avoir toutes les cartes en main et de tout faire par moi-même. Au fur et à mesure que ma structure s'est développée, je me suis entourée, et j'ai grandi avec mon équipe. Apprendre à manager, c'est un travail quotidien qui nécessite de la confiance, de l'écoute et de l'adaptabilité. Je n'ai jamais eu de problème pour me positionner en tant que leader ; en revanche, prendre la mesure de mon rôle de manager a été et est encore une mission à laquelle je m'attelle tous les jours. Mon équipe m'aide et me fait grandir. Par les retours qu'ils me font, je peux prendre la mesure de mes réussites et de mes erreurs et tirer des enseignements de ces situations pour m'améliorer.

→

➜
Apprendre à déléguer et à faire confiance est compliqué. L'entreprise que l'on monte, c'est notre bébé. Alors comment être certain que les gens dont on s'entoure l'aimeront autant que nous et la feront bien grandir ? Au départ, déléguer m'angoissait terriblement. Petit à petit, je me suis rendu compte que donner des responsabilités à mon équipe et leur faire confiance me procurait une énorme satisfaction : celle de les voir, à leur tour, s'épanouir, grandir et être fiers de leur travail. Et je crois que la clé du bon manager est là : manager, ce n'est pas une relation à sens unique. Manager, c'est transmettre, s'enrichir et avancer ensemble. Et que l'on soit un jeune entrepreneur ou pas, on a autant à apprendre de son équipe qu'elle de nous ! »

Une vie d'entrepreneur

Quid d'une vie personnelle aboutie ?

Une vie d'entrepreneur est une vie trépidante où vous allez rencontrez des gens extraordinaires, franchir des étapes qui vous paraissaient impossibles. Afin d'y arriver et notamment au démarrage, vous allez devoir énormément travailler. Et le temps que vous allez passer à travailler, vous ne le passerez pas avec vos amis, votre fiancé(e), à faire du sport, à voyager, etc.

Car monter une boîte, c'est près de 13 à 15 h de travail par jour minimum, le week-end, des vacances réduites (en moyenne 1 à 2 semaines par an seulement). La seule et unique solution est d'en avoir conscience et de s'y préparer.

Avant même de créer votre boîte, vous devez prendre en compte votre vie personnelle. Cela veut dire que vous devez lister les choses qui vous paraissent importantes au quotidien, comme le sport par exemple ou aller boire des coups avec vos amis. Cette liste doit devenir votre mantra. C'est-à-dire que vous ne pouvez pas et ne devez pas y déroger. En ne réalisant pas ces quelques

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

actions personnelles primordiales, vous allez vous épuiser personnellement et perdrez de la motivation pour votre société. Donc soyez bien attentif à ces points et continuez à en profiter.

L'ambition et les valeurs, quelques incontournables du savoir-être

Pour la grande majorité d'entre vous, vous cherchez par votre société à transformer le monde : lui apporter plus de confort, plus d'équilibre, plus de sens. Vous souhaitez remettre l'humain au cœur des préoccupations, recréer du lien social, de la proximité, de l'engagement. Mettre en place une consommation responsable, un respect de ce qui nous entoure et ne nous appartient pas.

TÉMOIGNAGE

Jérôme Lhote, 32 ans, fondateur de Koom

« Koom a pour ambition de mettre les valeurs au cœur des organisations et de la société. Notre but est d'incarner ces valeurs en faisant agir les différents acteurs de manière réciproque, chacun selon ses propres leviers d'actions.

Nous les portons dans le développement de notre entreprise en montant des projets qui ont un lien avec des structures de l'économie sociale et solidaire. Par exemple pour la COP21, nous montons une plateforme pour mobiliser 100 000 Français sur 10 défis énergie/climat auxquels les entreprises s'associent en finançant des projets à impact social si un certain nombre de Français s'engagent par exemple à acheter des fruits et légumes locaux ou à utiliser l'auto-partage. L'idée est vraiment de créer une émulation collective pour montrer qu'il est possible de faire bouger les choses si tout le monde s'y met ! »

Nous constatons que la réalité économique des premiers mois d'activité, s'ils vous font prendre conscience que la route sera longue, ne vous font pas renoncer, même si vous acceptez quelques compromis lorsque c'est une condition *sine qua none* pour perdurer. Votre détermination est forte.

Au travers de vos témoignages, de vos succès, des obstacles que vous rencontrez, nous vous livrons quelques réflexions sur cette vie d'entrepreneur qui est devant vous :

→ Essayez en permanence de relativiser les événements, prenez de la distance et examinez les faits en vous forçant à l'objectivité. Ce qui est vrai aujourd'hui pourra être faux demain.

→ Intégrez votre intuition dans vos prises de décision. C'est aussi elle qui vous guide au quotidien, faites-lui confiance.

→ Appréhendez votre vie globalement en construisant votre entreprise : vous l'expérimentez chaque jour. Il n'y a plus de frontière entre votre vie professionnelle et votre vie privée, alors il faut aussi intégrer vos besoins personnels dans votre quotidien.

→ Soyez créatif et combatif. Mais même dans les combats de boxe, il y a des pauses de récupération. Les sacrifices durent, trouvez vos moments de pur bonheur !

→ Soyez convaincu qu'une idée simple peut amener à une réalisation géniale et faire de vous l'entrepreneur le plus heureux du monde !

→ Vous aimez le rentre-dedans, mais il faut pouvoir l'assumer ensuite. Ne bousculez pas les codes par ignorance, faites-le par conviction.

→ Demain est un autre jour.

→ Demain est un autre jour, mais demain vous serez encore là. Pour être heureux demain, concentrez-vous sur l'action d'aujourd'hui, tout en prévoyant le coup d'après.

→ Attention à l'isolement : pour votre santé, pour celle de votre entreprise, ne restez pas seul.

→ Engagez-vous pour les entrepreneurs ! La société a besoin d'entrepreneurs engagés pour relancer l'économie.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

AVIS D'EXPERT

Arnaud Le Gal, rédacteur en chef aux *Échos*

« Les "enfants du millénaire" sont porteurs d'une exigence de qualité de vie et de relation, qu'ils soient entrepreneurs ou pas. Ce qu'incarnent ou défendent les générations précédentes ne leur paraît pas reposer sur les bonnes valeurs. Ils veulent vivre d'une façon différente, remettre l'environnement, le bien-être, les relations humaines au cœur de leur quotidien, s'assurer que le projet professionnel dans lequel ils s'investissent a une raison d'être en accord avec leurs propres valeurs. C'est ce qu'incarne le phénomène de l'entrepreneuriat jeune, cet engagement sociétal, collectif et personnel en même temps, au sens large.

Envoyer tout paître et se marginaliser peut être une solution pour certains jeunes. Mais pour la grande majorité, l'exigence sera de pouvoir équilibrer différemment leur vie professionnelle. Dans le salariat, certains négocieront un aménagement de leur temps de travail pour pouvoir mener parallèlement un projet qui a du sens pour eux. D'autres, de plus en plus nombreux, feront le choix de créer l'entreprise qui va répondre à cette recherche de sens. Et encore mieux, ils se lanceront dans l'aventure avec des proches, entre copains, parce que leur vie est en réseau, y compris l'entreprise.

On ne peut que leur souhaiter de rester cohérents et d'aller jusqu'au bout de la démarche en gardant ce fonctionnement en réseau, de trouver le moyen de construire cette chaîne de valeurs à réinventer avec le collectif. Et aussi de persister dans ce management ouvert pour bâtir des entreprises agiles. Mais ont-ils vraiment le choix ?

Nous avons vu se développer cette nouvelle approche qui se nourrit du partage d'expérience et de la mise en réseau, des jeunes qui donnent envie à d'autres jeunes de se lancer. C'est un cercle vertueux qui s'est mis en place et prend de l'ampleur. Entre autres, grâce à un écosystème entrepreneurial qui se réinvente à leur contact et qui permet à la France de proposer aujourd'hui aux porteurs de projets un accompagnement qui n'a plus rien à envier à celui existant dans d'autres pays considérés comme les paradis des start-up. »

L'essentiel

Le lancement est source d'erreurs parfois basiques au démarrage. Enrichissez-vous de l'expérience des autres pour ne pas tomber dans les mêmes pièges.

Vos premiers clients représentent votre plus richesse et votre plus belle force. Apprenez à les préserver, à les écouter pour améliorer votre produit.

Les difficultés que vous allez rencontrer en créant votre société sont normales – sinon, tout le monde serait entrepreneur ! Mais ces difficultés seront surmontées grâce à une bonne préparation, une méthode agile et enfin en restant optimiste et enthousiaste sur les bonnes nouvelles.

Une vie d'entrepreneur n'est pas une vie de tout repos. Ne mettez pas vos passions personnelles de côté. Continuez à faire du sport, voir vos amis et voyager.

Vers un plan d'action

- Identifiez les risques liés à votre activité, validez que vous avez mis en place l'organisation nécessaire afin de les diminuer au maximum.
- Écoutez attentivement vos premiers clients.
- Listez vos attentes personnelles pour ne pas les oublier dans la création.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Conclusion

À la lecture de ces pages, vous l'aurez compris : si vous avez envie d'entreprendre, écoutez-vous et lancez-vous !

Les générations qui vous précèdent comprennent peu à peu que vous êtes porteur de l'innovation dont le monde a besoin pour (re)construire un futur. Elles mettent en place un écosystème destiné à vous soutenir dans cette voie dans laquelle vous vous engagez. Car oui, il s'agit bien d'un engagement. Nous ne l'avons pas caché, le parcours est difficile souvent, même s'il est quasiment toujours gratifiant, voire euphorisant. Il vous demande d'agir en pleine conscience de vos responsabilités vis-à-vis des hommes et des femmes que vous entraînez dans votre sillage, en commençant bien sûr par vos associés et vos premiers collaborateurs, mais aussi vos clients, vos partenaires, tous ceux que vous croiserez sur votre chemin et qui contribueront à vous faire faire un pas de plus.

L'entrepreneuriat n'est pas qu'une question de succès ou d'échec d'un produit, c'est aussi un parcours de vie, une contribution à créer de la valeur. Les jeunes entrepreneurs sont source de renouveau pour l'économie, non seulement par les produits et services qu'ils inventent mais aussi pour nos grandes entreprises traditionnelles qui comprennent que la voie de l'innovation (et donc l'ouverture au futur) passe entre autres par l'intégration de leurs pratiques au sein de leurs organisations.

Foncez ! Vous ne courez aucun autre risque que celui d'apprendre ou de devenir meilleur !

Postface

Pascal Faure
Directeur général des Entreprises
Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique

Les moins de 30 ans représentent le quart de la totalité des créateurs d'entreprise en France. Les jeunes entrepreneurs constituent donc un formidable réservoir d'activités et de création d'emplois ! Je note que 34 % des jeunes ont envie d'entreprendre, et qu'ils pensent majoritairement le faire avant 30 ans[1]. Cette envie d'entreprendre se conjugue fortement avec l'envie d'innover ; c'est donc un atout majeur pour la compétitivité de notre économie, pour l'innovation et pour l'emploi. Et, parce que l'entrepreneuriat peut être l'école de la deuxième chance pour tous et permettre à tous les jeunes de rebondir, il est aussi un levier de cohésion sociale et d'intégration de tous les jeunes dans une économie en pleine mutation.

Ainsi, l'État mène depuis plusieurs années une politique active en matière de sensibilisation des jeunes à l'entrepreneuriat. Les travaux conduits en 2013 dans le cadre des Assises de l'entrepreneuriat ont mis l'accent sur la nécessité de renforcer le socle entrepreneurial et de favoriser l'émergence de jeunes entreprises à potentiel. Grâce à la mobilisation de tous les acteurs, de nombreuses actions sont engagées : le développement de

1. Baromètre réalisé par Moovjee/Opinion Way/CIC/APCE pour le Salon des entrepreneurs en février 2015.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

29 Pôles Étudiants pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat (PEPITE) sur les territoires, la création du statut d'étudiant-entrepreneur, le lancement d'un appel à projets pour soutenir les initiatives les plus importantes et emblématiques en matière d'entrepreneuriat chez les jeunes, dans le cadre du Fonds national d'innovation financé par le programme des investissements d'avenir.

Ce livre constitue lui aussi un bel outil pour donner l'envie à tous les jeunes d'entreprendre. Il apporte une vision concrète de l'entrepreneuriat grâce aux nombreux témoignages de jeunes entrepreneurs. Plus qu'un guide pratique, cet ouvrage contribue à la prise de conscience de l'importance de la place des jeunes dans la création d'entreprise.

Conscientes de cette tendance, les entreprises évoluent dans leurs pratiques de management, pour les rapprocher de l'« esprit start-up » qui attire et motive les talents jeunes et agiles. Mais l'attractivité de l'entrepreneuriat doit encore progresser chez les jeunes Français. Ce livre y contribue et est donc bienvenu !

Bibliographie

Bergerault François, Bergerault Nicolas, *De l'idée à la création d'entreprise : comment concrétiser votre projet*, Dunod, 2013.

Cabinet Conseil & Recherche, Fondation Internet nouvelle génération (FING), *État des lieux et typologie des ateliers de fabrication numérique* (avril 2014) : www.entreprises.gouv.fr/secteurs-professionnels/etat-des-lieux-et-typologie-des-ateliers-fabrication-numerique-fab-labs

Filion Louis Jacques, Ananou Claude, Schmitt Christophe, *Réussir sa création d'entreprise sans business plan*, Eyrolles, 2012.

Le Routard (collectif), *Le guide du créateur et du repreneur d'entreprise*, Édition 2015, Hachette, 2015.

Léger-Jarniou Catherine (sous la dir.), *Le grand livre de l'entrepreneuriat*, Dunod, 2013.

Léger-Jarniou Catherine, Kalousis Georges, *Construire son Business Plan. Les clés du BP professionnel*, Dunod, 3e édition, 2014.

Ogus Alexandra, *Livre blanc des tiers lieux* : www.netpublic.fr/2014/03/tiers-lieux

Villain Claude, Kahn Olivier, Parissier Frédéric, *La performance par le bon sens. 80 bonnes pratiques pour l'entrepreneur*, Gualino Éditeur, 2009.

© Dunod - Toute reproduction non autorisée est un délit.

Sitographie

APCE (Agence pour la création d'entreprise) : www.apce.com

→ **Se préparer :**

Mashup : mash-up.fr

Le connecteur étudiant : connecteur.parisandco.com

Le programme Start-up ambassadeur : www.startupambassadeur.com

Enactus : enactus.fr

Les entrepreneuriales : www.les-entrepreneuriales.fr

Entreprendre pour Apprendre : www.entreprendre-pour-apprendre.fr

Start-up week-end : startupweekend.org

→ **Se faire accompagner :**

Devenir étudiant entrepreneur www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid79926/statut-national-etudiant-entrepreneur.html

Démarrer en couveuse d'entreprise : www.uniondescouveuses.com

Tout savoir sur l'auto-entrepreneur : www.union-auto-entrepreneurs.com

Suivre le programme Créajeune : www.adie.org/nos-actions/Creajeunes-et-les-programmes-jeunes

Les groupements de créateurs www.groupement-de-createurs.fr/groupement_createurs.html

Le Réseau Entreprendre : www.reseau-entreprendre.org

Se faire accompagner par le Moovjee : www.moovjee.fr

Bien comprendre le mentorat : www.moovjee.fr/publications

→ **Le financement :**

BPI : www.bpifrance.fr

France Active : www.franceactive.org/default.asp?id=3130

Le prêt d'honneur des plateformes Initiatives : www.initiative-france.fr/Creer/A-qui-s-adresser

Fédération des *business angels* : www.franceangels.org

Les aides délivrées par Pôle Emploi auxquelles vous pouvez prétendre si vous avez effectué vos études en apprentissage (ACCRE/ARCE) : www.pole-emploi.fr/candidat/les-aides-financieres-a-la-creation-d-entreprise-@/article.jspz?id=60775

→ **Les concours dédiés aux jeunes entrepreneurs :**

Prix Tremplin pour l'entrepreneuriat Etudiant – i-lab : www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid77179/ouverture-des-inscriptions-au-prix-pepite-tremplin-pour-l-entrepreneuriat-etudiant.html

Prix Moovjee – Innovons Ensemble : www.moovjee.fr/le-prix-moovjee-innovons-ensemble

100 jours pour entreprendre : www.100jourspourentreprendre.fr

Prix du jeune entrepreneur la Tribune : pltje.latribune.fr

Concours Docteurs Entrepreneurs : www.rue-aef.com/concours-docteurs-entrepreneurs-3

Concours de Pitch Les Échos Start

→ **Travailler en réseau :**

Les apéros entrepreneurs : fr.drinkentrepreneurs.org

Pour rencontrer des personnes près de chez vous pour partager votre projet et votre passion : www.meetup.com/fr

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Dans la même collection







