

DEVENEZ L'ENTREPRENEUR DE DEMAIN !

# Dynamique

entrepreneuriale

FEVRIER/MARS 2018 | N°78 | 3,9 €

« Personnellement, refaire ou copier ce qui se fait déjà ne m'intéresse pas. Il faut être précurseur, avec toute la difficulté que cela implique. »

Anne-Laure Vincent, cofondatrice d'Alternative Digitale



**STRATÉGIE**  
Deskopolitan, le nouveau réseau premium d'espaces partagés

**IMMERSION**  
Le conseil en immobilier d'entreprise orienté 100 % utilisateurs

## LES NOUVELLES TENDANCES ENTREPRENEURIALES

Ciel, des solutions Sage pour créateurs et TPE

sage



# CLUB DYNAMIQUE

## REJOIGNEZ UN CLUB D'ENTREPRENEURS !



**Luis Philippe MARTINS**  
Cofondateur  
de Foresight Entreprises



**Olivier NEVEU**  
Fondateur  
de Olivier Shiatsu



**Jean-Hugues ZENONI**  
Cofondateur  
de Le Monde Après



**Christophe NGUYEN**  
Fondateur  
d'Empreinte Humaine



**Karine COCHARD**  
Dirigeante  
de SAMSIC Emploi



**Grisel LAMOTTE**  
Fondatrice  
de CM PLUS France



**Sylvain PUEL**  
Fondateur  
de la boTe viTamines



**Adélaïde HÉNAUT**  
Fondatrice  
de Mon Agence de Com



**Roland DEBOST**  
Dirigeant  
de Wikane



**Jean-Philippe TOUATI**  
Fondateur  
d'e-Touati



**Didier NEFZI**  
Fondateur  
de MAGNITUDE Events & Services



**Jérôme BLANCHON**  
Fondateur  
de Bizdev Conseil



**Mireille FAVRE**  
Fondatrice  
de Cassiopée Consultant



**Carlos CUNHA**  
Fondateur  
d'Elius



**Laurence GABRIEL**  
Fondatrice  
de Gen G



**David BIASIO**  
Fondateur  
d'Ethic-Technology



**Juliette ESKENAZI**  
Cofondatrice  
de Poussin Communication



**Alexis KRYCÈVE**  
Fondateur d'AK2C et de Treez  
Cofondateur de Pur Projet



**Dorothee COURTEUGE**  
Fondatrice  
de LYDD Consulting



**Beya Zerguine**  
Fondatrice  
de Beya Conseille



**Tanguy YU**  
Fondateur  
d'Ubcast



**Thomas MEUNIER**  
Fondateur  
d'Ekyo



**Nicolas VENAUT**  
Fondateur  
de VNC ONLINE



**Marie-Claude LELOUCH**  
Cofondatrice  
de CMC CONSULTING



**Benoît GUEGUEN**  
Cofondateur  
de Drimeez



# CLUB DYNAMIQUE



**Henri DE LA MOTTE ROUGE**  
Fondateur  
de La Motte Rouge Avocat



**Sylvie BOYER**  
Dirigeante  
de Boyer Audit & Conseil



**Frédéric TAMBUTET**  
Fondateur  
de Symbial



**Cédric PHOJO**  
Fondateur  
de Pickmystartup



**Paul SILVERA**  
Fondateur  
de Silvera



**Sébastien KRAWCZYK**  
Cofondateur  
de Coder's Corner



**Kalima LYCAKIS**  
Fondatrice  
de Buyer Consulting & Business



**Frédéric AUDIN**  
Fondateur  
d'Axeryss Expertise  
et Conseils



**Virginie DULUCQ**  
Fondatrice  
d'Urbagri



**Jean-Philippe DUQUERROY**  
Fondateur  
d'Evolvez



**Emin ALACA**  
Cofondateur  
de Label Habitation



**Michel ZAOUIA**  
Fondateur  
d'ANJALI MVP



**Etienne GROSJEAN**  
Fondateur  
de 2H56 PRODUCTIONS



**Jérémie LEPETIT**  
Fondateur  
de Make me Viral



**Laurence WROBEL-BURGI**  
Fondatrice  
de PAPIER & Cie



**Marie-Laure LISANDRE**  
Cofondatrice  
de Lisandre Rénovation et  
construction



**Nicolas CARCY**  
Fondateur  
de Atelier Thai



**Claire LANNEAU**  
Fondatrice  
de Babychou Services



**ET SI  
VOUS  
ÊTIEZ LE  
PROCHAIN ?**

**POUR EN SAVOIR +**



**CONTACT**  
[club@dynamique-mag.com](mailto:club@dynamique-mag.com)



**TÉLÉPHONE**  
06 50 43 66 07



**SITE INTERNET**  
[www.dynamique-mag.com](http://www.dynamique-mag.com)

# {ÉDITO}

## POUR BIEN COMMENCER L'ANNÉE !



monceaux d'articles qui prédisaient la disparition de l'écrit !!! Aujourd'hui, tout le monde écrit et lit... Sous forme papier ou sous forme électronique. A l'époque, mettre en avant des start-up qui en étaient à leurs premiers balbutiements demandait un certain aplomb... Car le symbole de la réussite était les grandes entreprises !!! La réalité s'est transformée et les accompagner s'est révélée être une véritable bonne idée. Pour bien démarrer cette année anniversaire, l'équipe de Dynamique Entrepreneuriale a cherché à capter les nouvelles tendances qui vont peut-être vous apporter un « Eureka ! J'ai trouvé ! » et qui vont bouleverser nos codes. Au programme du dossier de ce mois-ci : transition entrepreneuriale et remise en cause du salariat classique, ultra-connexion des consommateurs et de leur environnement, automatisation, robotique et big data en entrée de jeu pour vous faire prendre conscience des grands changements qui nous attendent demain. Mais la transformation va plus loin et s'inscrit dans le cœur de notre repas avec un plat principal : bien-être des salariés pour conserver ou attirer les talents, l'écologie ou encore le participatif. Ce n'est pas tout ! L'équipe est allée à la recherche d'un dessert de choix avec les secteurs porteurs qui vont fortement se développer sur l'année 2018. Ils pourraient

représenter des opportunités (ou non) pour aborder de nouveaux marchés ou d'anticiper les futurs changements de votre entreprise. Pas d'inquiétude pour cette nouvelle année puisque vous retrouvez vos catégories favorites du magazine : Success story, portrait d'entrepreneur, immersion, sur le vif, stratégie... Avant de vous lancer dans la lecture de ce numéro, laissez-moi vous souhaiter à mon tour : une très belle année 2018 pleine de bonheur pour vous et vos proches ! ●

*Olivier Nishimata | Rédacteur en chef*

**F**évrier 2018 déjà, les fêtes sont loin et vous êtes plus que jamais déterminé à réussir, à développer votre projet et à occuper le haut du top. Conscient qu'à chaque minute les innovations fleurissent et modifient notre environnement et peuvent même bouleverser votre croissance, vous êtes le premier à analyser les nouvelles tendances, à fouiner, à lire les articles de Dynamique pour y dénicher une opportunité. Vous avez raison !!!! 2018 symbolise les dix ans de Dynamique... Un magazine entrepreneurial voué à disparaître selon certains car évidemment il y avait les

### RETROUVEZ-NOUS SUR



#### SITE INTERNET

[www.dynamique-mag.com](http://www.dynamique-mag.com)



#### FACEBOOK

[www.facebook.com/  
Dynamique.Entrepreneuriale](http://www.facebook.com/Dynamique.Entrepreneuriale)



#### VIADÉO

[www.vimeo.com/fr/company/  
dynamique-entrepreneuriale](http://www.vimeo.com/fr/company/dynamique-entrepreneuriale)



#### GOOGLE+

[plus.google.com/  
+Dynamique-mag/posts](https://plus.google.com/+Dynamique-mag/posts)



#### TWITTER

[twitter.com/  
Dynamiquemag](https://twitter.com/Dynamiquemag)



#### LINKEDIN

[www.linkedin.com/ company/  
dynamique-entrepreneuriale](http://www.linkedin.com/company/dynamique-entrepreneuriale)



## Rayonnez en couleur, gardez le cap en noir et blanc

**Nos imprimantes LED couleur accompagnent la transformation de votre entreprise**

Pour attirer de nouveaux clients, vous devez avoir une longueur d'avance sur la concurrence. Et c'est précisément ce qu'OKI peut vous apporter. Vous avez désormais la possibilité de créer en interne un large éventail de supports promotionnels de qualité professionnelle, arborant des couleurs éclatantes et homogènes. Vous pouvez également produire des tirages noir et blanc sans surcoût par rapport à une imprimante monochrome classique. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.oki.com/fr](http://www.oki.com/fr)

**ALIVE WITH COLOUR  
VIVEZ LES COULEURS**

**OKI**

# 12



« TRANSFORMER LA VIE COLLECTIVE », L'OBJECTIF D'UN ENTREPRENEUR ENGAGÉ

# SOMMAIRE

# #78

## À lire dans ce numéro...

### ÉCONOMIE

- Une chute libre pour le Bitcoin
- Handicap au travail, un financement pour les entreprises
- Loi PACTE : un projet pour encourager les petites entreprises
- Baisse de l'impôt sur les sociétés

8

### BUSINESS

- Hyundai lance une voiture à piles
- Renault et PSA battent leurs records

9

### TOUR DU MONDE

- Une hélice de bateau imprimée en 3D : une première
- Loon de Google au service des populations rurales
- LG présente CLOi
- Les bus à impérial roulent au marc de café
- Des capteurs surveillant la qualité de l'air
- Nvidia en contrat avec Uber pour ses taxis sans chauffeurs.
- Le drone T-Frend pour que les salariés rentrent chez eux
- Des pailles consommables après utilisation

10

### SUCCESS STORIES

- « Transformer la vie collective », l'objectif d'un entrepreneur engagé
- L'entrepreneur qui a su développer son entreprise lentement mais sûrement

12

### PORTRAITS

- Une évolution sociologique, au profit de l'entrepreneuriat
- Tout miser sur la force du réseau

22

### BUSINESS EVERYWHERE

24



### ZOOM

Guillaume Varobieff, cofondateur de Repar'stores

26

### ÉTUDE EN INFOGRAPHIE

L'entrepreneuriat dans les trajectoires professionnelles des Français

28

### IMMERSION

Le conseil en immobilier d'entreprise orienté 100 % utilisateurs

30

### SUR LE VIF

« Nous ne maîtrisons tout simplement plus notre boîte depuis 18 mois »

36

<b>STRATÉGIE</b> Deskopolitan, le nouveau réseau premium d'espaces partagés	40
<b>LE SAVIEZ VOUS</b>	43
<b>ENQUÊTE</b> Les entreprises vertes, portées vers l'avenir	62
<b>IL ÉTAIT UNE FOIS</b> La solitude du chef d'entreprise	66
<b>BUZZ MARKETING</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Publicité jugée raciste : La nouvelle singerie d'H&amp;M</li> <li>Une basket Adidas comme titre de transport</li> </ul>	68
<b>BUSINESS TOY</b>	70
<b>VEILLE SUR LE WEB</b>	71
<b>SHOPPING</b> FoldiMate, Sgnl, Havr&UV Sense	72
<b>INSPIRATION</b>	74



DE LA SOLITUDE DU  
CHEF D'ENTREPRISE

## **Dynamique** *entrepreneuriale*

### **DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE**

37 rue des Mathurins  
75008 Paris  
Tél. : 09 70 40 87 60  
(prix d'un appel local)  
[www.dynamique-mag.com](http://www.dynamique-mag.com)  
[contact@dynamique-mag.com](mailto:contact@dynamique-mag.com)

### **DIRECTEUR DE LA PUBLICATION**

Olivier Nishimata

### **RÉDACTEUR EN CHEF**

Olivier Nishimata

### **JOURNALISTE EN CHEF**

Olivia Pighetti

### **RÉDACTION**

[redaction@dynamique-mag.com](mailto:redaction@dynamique-mag.com)

### **ONT COLLABORÉ**

Aline Imbert, Roxane Debailleux,  
Anaïs Romdhani & Sandra Toprieux

### **PUBLICITÉ & RÉGIE**

[publicite@dynamique-mag.com](mailto:publicite@dynamique-mag.com)  
ou au 06 26 30 30 39

Il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement tout article ou image du présent magazine sans l'autorisation de l'éditeur.

### **Siège social**

37 rue des Mathurins  
75008 Paris  
S.A.S au capital de 86 877,50 €  
R.C.S. 504 739 863 Paris

**ISSN** : 1960-8373

**Dépôt légal** : 02-03/ 2018

**Prix** : 3,9 €

**Numéro** : 78

**Imprimeur** : ROTOCAYFO

## CRYPTOMONNAIE

### Une chute libre pour le Bitcoin



**Depuis le début du mois de décembre, le cours de la crypto-monnaie ne cesse de baisser.** Ce moyen de paiement virtuel n'étant pas régulé, il est tombé mercredi 17 janvier 2018 sous la barre des 10 000 euros. Lancée en 2009, cette crypto-monnaie valait seulement quelques centimes et a atteint son pic historique le 18 décembre 2017 pour une valeur avoisinant les 18 000 dollars. Cette chute pousse les investisseurs à revendre leurs actions. Le marché des crypto-monnaies est pourtant en pleine expansion depuis la notoriété du Bitcoin. Cette folie des monnaies virtuelles incite certaines entreprises à se lancer sur ce marché. C'est le cas de Kodak, l'ancien numéro un de la photo qui a frôlé la faillite en 2013. Grâce au lancement du KODAKCoin, l'entreprise a progressé de plus de 100 % en l'espace de 48 heures. ●

## SOCIÉTÉ

### Handicap au travail, un financement pour les entreprises

**Sophie Cluzel, la secrétaire d'État en charge du Handicap a annoncé un plan envisagé par le gouvernement pour une meilleure intégration des handicapés.** La loi française fixe un taux de 6 % pour les travailleurs handicapés dans les entreprises privées, mais le taux actuel s'élève seulement à 3,7 %. Pour accompagner les entreprises dans l'embauche de personnes handicapées, le gouvernement veut mettre en place des mesures pour simplifier les procédures. Le but est de valoriser une politique d'embauche et de faciliter l'accès à l'emploi pour les personnes handicapées. ●

## LÉGISLATION

### Loi PACTE : un projet pour encourager les petites entreprises

**Le gouvernement français souhaite lancer un « plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises », appelé PACTE.** Le projet de loi, développé par Bruno Le Maire, permettra d'engendrer la croissance des PME mais aussi des cessions de participation de l'État et privatisations de produit avec pour objectif d'alimenter le fonds pour l'innovation de rupture. « *Il faut que nous ayons des entreprises qui aient les reins suffisamment solides pour innover et exporter* », explique le ministre de l'Économie. Le gouvernement a soumis ce projet à une consultation publique à l'aide de 31 propositions. L'objectif est d'encourager l'épargne longue durée et l'actionnariat salarié en réévaluant le forfait social payé par les petites entreprises. ●

## FISCALITÉ

### Baisse de l'impôt sur les sociétés

**Depuis, le 1<sup>er</sup> janvier 2018, les sociétés deviennent imposables à hauteur de 28 % pour un bénéfice inférieur à 500 000 euros.** Pour jusqu'à 1 milliard d'euros, il faudra attendre 2019. Cette mesure instaurée par le gouvernement de François Hollande a été reprise par celui d'Emmanuel Macron. Elle vise à baisser l'impôt sur les sociétés de 33,3 % à 25 % à la fin du quinquennat du Président. Les investissements augmenteront à hauteur de 9,5 milliards en 2022, selon le gouvernement. Cette mesure permet d'accroître l'attractivité et soulagera les sociétés à l'horizon 2022. ●

## AUTOMOBILE

## Hyundai lance une voiture à piles

**Le Nexo, SUV de Hyundai, présenté au CES fonctionne à partir de pile à combustible.** Ce véhicule est l'un des seuls du marché à proposer ce type d'alimentation. La voiture possède une pile à combustible et une batterie tampon

pour diffuser le courant. Ce véhicule nécessite cependant d'alimenter sa pile en hydrogène en même temps que les pleins. Avec son autonomie de 800 km, il concurrence les traditionnelles voitures électriques. Le SUV devrait être commercialisé en Europe durant l'été 2018 pour un prix aux alentours des 65 000 euros. ●



## FINANCEMENT

## Renault et PSA battent leurs records

**L'année 2017 fut fructueuse pour les deux groupes automobiles, en s'imposant davantage en Europe.** Renault progresse de 8,5 % avec 3,76 millions de véhicules vendus dans le monde. Quant à PSA, la marque connaît une croissance de 15,4 % pour l'année 2017 avec 3,63 millions de véhicules. La marque au losange a su convaincre les marchés de Russie, d'Amérique du Sud et d'Inde. Renault s'impose comme un vrai concurrent de la marque PSA, qui elle se développe essentiellement en Iran et en Chine. ●

# PROTÉGER LES DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL, PROTÉGER VOTRE ENTREPRISE

25 mai 2018: les nouvelles règles de l'Union européenne en matière de protection des données s'appliquent.

Assurez-vous  
que votre entreprise  
est prête.

[europa.eu/dataprotection](http://europa.eu/dataprotection)  
#RGPD

## PAYS-BAS

### Une hélice de bateau imprimée en 3D : une première !



#### L'industrie automobile et aéronautique a déjà connu des avancées technologiques grâce à l'imprimante 3D.

C'est maintenant au tour de l'industrie navale. Après la création d'un prototype destiné à prouver l'efficacité de la fabrication additive en août 2017, la première hélice fabriquée par cette méthode a été certifiée par le Bureau Veritas le lundi 20 novembre 2017 après avoir été testée. Cette dernière comprend 298 couches d'un alliage de nickel, bronze et d'aluminium. Ce résultat est dû à la collaboration entre le fabricant d'hélice Promarin et le laboratoire d'impression 3D Ramlab, ainsi que Damen et l'éditeur américain de logiciels Autodesk. Cette réussite devrait accélérer l'adoption de la technologie dans la construction navale et permettre de réparer ou de fabriquer des pièces de rechange plus rapidement et directement sur le port afin de réduire les délais et les coûts. ●

## INDE

### Loon de Google au service des populations rurales

Il est désormais possible d'accéder à Internet dans les endroits les plus reculés du monde grâce à des ballons. Intitulé Loon, ce projet lancé par Google consiste à envoyer des ballons dans la stratosphère pour fournir une connexion à haut débit. La connexion passe par le biais de partenaires télécoms au sol, puis par le ballon pour transmettre la connexion aux régions reculées. Depuis 2014, ce projet se développe de manière exponentielle et alimente déjà de nombreux pays. Dernièrement, le sud de l'Inde a été raccordé à l'aide de cette technologie. ●

## CORÉE DU SUD

### LG présente CLOi



#### La marque sud-coréenne a profité du CES 2018 pour présenter au public sa gamme de robots polyvalents pouvant exécuter différentes tâches dans les espaces publics et privés.

Celle-ci est développée avec la technologie de LG, ThingIQ. L'entreprise a présenté trois robots que l'on pourrait facilement retrouver dans un aéroport, hôtel ou supermarché dans un avenir proche. A cette gamme s'ajoute un nouveau robot serveur qui peut apporter des repas et revenir seul à son point de départ. On a également pu voir une version domestique du robot qui est capable de gérer les différents objets connectés d'une maison. Ce dernier peut intégrer de nouvelles données en permanence pour s'améliorer. L'objectif : révolutionner le quotidien. ●

## ANGLETERRE

### Les bus à impérial roulent au marc de café

Bio-Bean, une start-up britannique, a développé un carburant pour les célèbres bus londoniens. Soutenue par Shell, Bio-Bean récupère le marc de café auprès des bars et des restaurants de Londres pour concevoir un bio-carburant. Les bus sont alimentés à 80 % avec du gazole et 20 % de marc de café. Cette solution innovante engendre une réduction des émissions de carbone à hauteur de 10 à 15 %. Les déchets réutilisables deviennent un marché très florissant grâce à ses deux atouts indéniables : ils sont écologiques mais aussi économiques. ●

## ALLEMAGNE

## Des capteurs surveillant la qualité de l'air

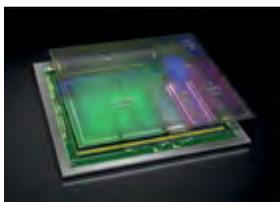


**Le groupe allemand Bosch a présenté au CES de Los Angeles 2018 une innovation entrant dans le cadre des « smart city ».** Il a profité de l'événement pour montrer sa box de suivi de la qualité de l'air conçue avec Intel : Climo. Elle surveille en permanence douze paramètres tels que la température ou encore le taux du CO<sub>2</sub>. Il souhaite démontrer que cet outil peut servir à mieux organiser la ville, principalement les flux de véhicules et avoir une réelle efficacité sur le bien-être de la population. Il complète son dispositif avec un système de suivi numérique des cours d'eau ainsi qu'un index de places de parking libres. Les tests sont en cours et déjà plusieurs pays se montrent intéressés. ●

## ÉTATS-UNIS

## Nvidia en contrat avec Uber pour ses taxis sans chauffeur

**Nvidia s'associe à Uber pour le développement des taxis autonomes. L'entreprise développant des cartes graphiques a décidé de s'allier au géant des VTC.** Les voitures autonomes seront dotées d'une puce intelligente nommée Xavier. Cette



puce consacrée à la conduite sans chauffeur s'inscrit dans une politique novatrice développée par Nvidia. Au-delà de cette association, la firme américaine a conçu un logiciel pour la conduite autonome pour 300 partenaires dont BMW et DHL. Le 7 janvier, la marque a annoncé produire prochainement une intelligence artificielle pour Volkswagen. ●

## JAPON

## Le drone T-Frend pour que les salariés rentrent chez eux

**Au Japon, le présentéisme peut parfois devenir un fléau. 191 personnes sont décédées en 2016 en raison du surmenage dû aux nombreuses heures supplémentaires.** Pour éviter cela, l'entreprise BTP Taisei et Blue Innovation (constructeur de drones) ont conçu un drone diffusant « Ce n'est qu'un au revoir » lorsque le salarié dépasse une heure raisonnable. Son rôle est de patrouiller pour préserver les salariés du burn-out. Le drone sera proposé à partir d'avril 2018, pour 400 € par mois sous forme d'un service de location. ●

## ÉTATS-UNIS

## Des pailles consommables après utilisation

**Dans un but écologique, la start-up new-yorkaise LOLIWARE cherche à remplacer les pailles en plastique à usage unique par d'autres comestibles et capables de se biodégrader rapidement.** Ils ont choisi de s'orienter vers les algues comme matière première grâce à leur prolifération naturelle. Autre avantage, les algues captent toujours du CO<sub>2</sub>, ce qui signifie que même si vous ne souhaitez pas manger la paille après utilisation, vous pouvez la jeter sans problème dans une poubelle organique. Elle se décomposera rapidement. Leur produit se nomme « LOLISTRAW », et sera disponible dans différents coloris et saveurs. Les tests effectués montrent que la paille peut survivre 24 heures dans les boissons. La marque est actuellement en campagne de financement participatif sur Kickstarter et devrait effectuer ses premières livraisons en août 2018. Les packs de pailles sont disponibles à partir de 10 \$. ●



**« TRANSFORMER LA  
VIE COLLECTIVE »,  
L'OBJECTIF D'UN  
ENTREPRENEUR ENGAGÉ**

**À 54 ans, Jean-François BENSANEL, Président de DSOgroup, société de service spécialisée en relation financière client, souhaite donner du sens à la vie collective en mettant la relation au cœur de son projet d'entreprise.** Le serial entrepreneur, qui prévoit de doubler la croissance du groupe d'ici à 2020, partage avec nous sa passion de bâtir.  
Rencontre.

### **QU'AVEZ-VOUS FAIT AVANT DE REPRENDRE DSOGROUP ?**

Normalien, agrégé de mathématiques, diplômé de Sciences-po et ingénieur des Mines, j'ai occupé naturellement un premier poste en tant que chargé de mission dans l'Administration. J'ai toujours été animé par le sens de l'Etat mais la joie de bâtir a été plus forte. Il est devenu rapidement évident que ma voie était celle de l'entrepreneuriat. Et cela a été l'un de mes plus grands challenges : devenir autodidacte à 26 ans. Toutes les sociétés que j'ai lancées possèdent un point commun : développer de la technologie pour les fonctions horizontales des entreprises. J'ai commencé dans le domaine de l'environnement, puis dans celui de la biotechnologie, de la comptabilité et, aujourd'hui, nous accompagnons les directions de la fonction finance et de la relation client.

### **POURQUOI AVOIR PRIVILÉGIÉ UNE REPRISE D'ENTREPRISE ? ET POURQUOI VOTRE CHOIX S'EST-IL PORTÉ SUR DSOGROUP EN 2003 ?**

J'avais déjà lancé trois entreprises. À 40 ans, j'ai eu envie de m'essayer à un autre type d'aventure en reprenant une société. Le concept de Convergence, devenue DSO Interactive puis DSOgroup, m'a tout de suite séduit et j'étais convaincu de son potentiel. D'ailleurs, les chiffres ne trompent pas. DSOgroup est passé d'un chiffre d'affaires de 200 000 euros à plus de 66 millions d'euros actuellement. C'est de loin ma plus

belle aventure d'entrepreneur. J'y développe mon fil conducteur, la technologie au service des directions de la fonction finance ou de la relation client. Mais la vraie valeur ajoutée, et ce qui est le plus passionnant dans le métier de la relation financière client, c'est la notion de relation. Digitaliser une partie de la relation financière client ne signifie pas la déshumaniser. Au contraire, à nous d'innover au quotidien pour créer une relation client augmentée. Autrement dit, réintroduire l'humain dans la technologie et faire de chaque relation qu'entretient une entreprise avec son client, une relation unique.

### **COMMENT VOUS Y ÊTES-VOUS PRIS POUR LE DÉVELOPPEMENT ?**

Lorsque j'ai repris l'activité, nous étions sept. À présent, nous sommes plus de 800. J'ai procédé étape par étape. Nous avons déjà réinventé plusieurs fois l'entreprise, notamment après la crise de 2008, étoffé nos métiers, et nous continuons à nous réinventer chaque jour. Le principal enjeu pour une ETI (Entreprise de Taille Intermédiaire, ndlr) est de savoir s'entourer de talents et surtout de savoir les fidéliser, et ce à tous les niveaux de l'entreprise.

### **QUELLES SONT LES PRINCIPALES DIFFICULTÉS AUXQUELLES VOUS AVEZ FAIT FACE ?**

Nous sommes dans un cycle d'hyper-croissance avec la nécessité de beaucoup recruter, ce qui n'est pas toujours facile dans une entreprise intermédiaire. Chez DSO, il n'y



**2001**

Date de création



environ

**800**

salariés



**66**

66 millions d'euros de  
chiffre d'affaires en 2016





a pas de profil type, nous recherchons des personnalités. Un CV renseigne sur les expertises et la formation mais il révèle très peu voire pas du tout l'expérience de vie. Or, c'est ce qui nous intéresse. Les processus peuvent donc être parfois un peu longs. Et je consacre, personnellement, énormément de temps au recrutement. Pour le reste, heureusement jusqu'à présent, nous sommes quasiment uniquement confrontés à des problématiques de croissance. Nous avons également la chance d'avoir toujours pu compter sur le soutien de nos actionnaires et, depuis quelques années, sur celui des banques.

### **QUELLE SERAIT, À L'INVERSE, VOTRE PLUS GRANDE FORCE ?**

Sans aucun doute, nos équipes. C'est parce que nos équipes constituent notre principale force que c'est aussi notre principal enjeu. On ne peut pas aborder le métier de

sont importantes pour notre entreprise, pour chacun de nos collaborateurs et pour lesquelles nous voulons vraiment nous battre. Ce sont d'ailleurs nos collaborateurs qui ont déterminé ces cinq convictions. Il s'agit de l'ambition, de l'innovation, de l'agilité, de la confiance et de la bienveillance. Notre logique de management est basée sur ces cinq éléments. Chaque manager doit pouvoir les porter, les animer et créer les conditions pour que chacun puisse se les approprier. Par exemple, nos managers sont évalués chaque année par leur équipe sur leur capacité à les incarner. Aujourd'hui, nous faisons en sorte d'installer une relation juste et de confiance à tous les niveaux. Nous veillons à ce que le management soit le plus accessible possible et que tout sentiment de peur soit totalement annihilé. Je suis très attentif au respect de ce dernier point : il faut des relations d'égalité et de responsabilité dans le travail. Nous sommes tous responsables les uns des autres.

## **« Ma passion demeure de transformer la vie collective. Je m'interroge sur le fait de savoir comment nos collaborateurs pourraient avoir accès au plus haut niveau de conscience possible. »**

la relation client, et plus particulièrement dans sa dimension financière, sans collaborateurs de grande qualité qui possèdent une réelle expertise : à la fois métier : conseil, relance, IT... et qui ont une connaissance intime des secteurs clients pour lesquels ils travaillent : industrie, téléphonie, transport / utilities..., mais aussi de grandes qualités humaines voire hors-normes pour les agents de relance. Ils doivent à la fois savoir faire preuve d'écoute, d'empathie, de bienveillance mais aussi posséder le sens aigu de la négociation, savoir anticiper les comportements des clients, allier méthode et créativité... Enfin, une autre force, c'est l'état d'esprit de DSOgroup : être raisonnablement impertinent.

### **FACE À CETTE HYPER-CROISSANCE, VOTRE VISION DU MANAGEMENT A-T-ELLE ÉVOLUÉ PAR RAPPORT À CELLE DU DÉBUT ?**

Oui, elle n'a plus rien à voir ! Depuis deux ans, nous avons fondé notre projet d'entreprise sur cinq convictions qui

### **QUELLES SONT LES VALEURS QUE VÉHICULE VOTRE ENTREPRISE ?**

Les valeurs ne représentent que des mots. Chez DSO, nous préférons parler de convictions afin qu'elles puissent se traduire au quotidien en actions concrètes comme nous venons de le voir. En résumé, toujours s'assurer qu'il y a là une relation franche, de confiance et responsable.

### **L'ÉCHEC EST-IL UNE FAÇON D'AVANCER ET D'APPRENDRE, SELON VOUS ?**

Évidemment. On apprend de soi que lorsqu'on échoue. Grâce à cela, on mesure ses capacités et ses incapacités. L'échec est expérimental. Grâce à lui, on grandit et on devient meilleur. On a tous connu des échecs mais, moi, ce qui m'intéresse, c'est la manière dont on les transforme et notre capacité de résilience. L'essentiel demeure la façon dont on l'a surmonté. Je ne crois d'ailleurs pas qu'il puisse exister des personnes qui n'ont connu que des réussites. Être entrepreneur, c'est monter sur un ring. Ce qui revient donc, malheureusement, à prendre des coups et parfois à en donner.

### **COMMENT CONCILIEZ-VOUS VIE PROFESSIONNELLE ET VIE PERSONNELLE ?**

Je dors peu... Un exercice difficile et un combat constant. J'ai la chance de disposer d'une bonne équipe, composée de collaborateurs très efficaces, d'un comité de direction et de managers de premier niveau. Cela me permet de réussir à prendre un peu de temps pour moi. Mes



# CRÉEZ VOTRE SITE WEB PROFESSIONNEL

NOUVEAU !  
EN LIGNE EN  
5 MINUTES



1&1 MY WEBSITE

~~9,99~~

**0,99**

à partir de

€ HT/mois  
(1,19 € TTC)\*

Choisissez un design déjà adapté à votre activité et créez facilement votre site Web professionnel avec 1&1 MyWebsite.

- ✓ Sans connaissances techniques
- ✓ Pour toutes les activités
- ✓ Domaine inclus\*
- ✓ **NOUVEAU !** En ligne en 5 minutes avec votre page vitrine



☎ 0970 808 911  
(appel non surtaxé)



1and1.fr

\*Les packs 1&1 MyWebsite sont à partir de 0,99 € HT/mois (1,19 € TTC) la 1<sup>ère</sup> année au lieu de 9,99 € HT/mois (11,99 € TTC) pour un engagement minimum de 12 mois. À l'issue des 12 premiers mois, les prix habituels s'appliquent. Offres sans durée minimale d'engagement également disponibles. Prix sous réserve de modification. Nom de domaine inclus gratuitement pendant toute la durée du contrat pour les packs 1&1 MyWebsite Basic et Plus. Conditions détaillées sur 1and1.fr. 1&1 Internet SARL, RCS Sarreguemines B 431 303 775.

> journées restent longues mais je pratique une activité, ce qui me permet de ne pas trop sentir la fatigue : j'aime nager. C'est une nécessité biologique.

### QU'EST-CE QUI VOUS PASSIONNE DANS LA VIE ?

Ma passion demeure d'essayer de transformer la vie collective. Les organisations sont souvent construites sur le principe que la vie s'arrête là où l'entreprise commence. Or, il n'y a pas d'opposition. Nous ne devrions pas être un autre quand nous arrivons au travail. Nous devrions pouvoir nous nourrir de la vie que nous apporte le travail et inversement. À notre échelle, j'essaie d'introduire de la vie dans l'entreprise. J'aime faire découvrir aux équipes des choses qu'ils ne connaîtraient pas ailleurs. Nous mettons donc en place un certain nombre de manifestations culturelles comme des sorties à l'opéra ou au théâtre. Nous venons également de créer une salle de conférences dans nos locaux afin d'y recevoir des écrivains, des intellectuels, des artistes... Nous devons avoir le souci de l'autre, contribuer à l'intérêt général et ancrer notre empreinte dans l'espace social. C'est pourquoi, nous nous investissons en faveur de l'art et de la culture pour les faire partager au plus grand nombre de nos collaborateurs. On accompagne aussi les talents citoyens en soutenant l'Institut de l'Engagement et nous avons le projet de valoriser et soutenir financièrement les projets caritatifs de nos collaborateurs. Développer ces initiatives permet de leur faire prendre conscience de leur responsabilité en tant que citoyens engagés. Et en cherchant à leur offrir une vie meilleure, les entrepreneurs forment le moteur de la transformation de la vie collective.

### QUELLE EST VOTRE PLUS GRANDE SOURCE DE MOTIVATION ?

Le souci de l'autre, la joie de bâtir et le temps. Ma devise : le grand art du dirigeant, c'est sa capacité à sculpter le temps.

### ÊTES-VOUS FIER DE CE QUE REPRÉSENTE L'ENTREPRENEURIAT ?

En tant qu'entrepreneur, je crois qu'aujourd'hui plus que jamais, nous avons la capacité de rendre la société un peu meilleure. Pas seulement au sens où l'on s'apparente à des producteurs de richesses mais au sens où l'on peut penser nos relations avec l'ensemble de nos collaborateurs sur un mode différent de celui dont elles ont été pensées par le passé. Mon obsession reste d'agrandir le choix qui leur est offert. On peut réinventer les modes de management et repenser les relations interpersonnelles. Le relationnel constitue LE moment important, présent, que l'on vit. ●



## 5 CONSEILS DE JEAN-FRANÇOIS BENSACHEL

01

**NE JAMAIS SE DÉCOURAGER.**

02

**SE CONVAINCRE QUE TOUT EST POSSIBLE, y compris le meilleur.**

03

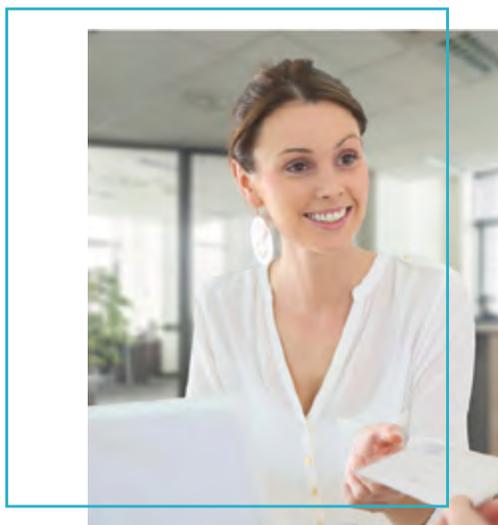
**SE SENTIR RESPONSABLE DE SES COLLABORATEURS, de ses collègues et de son entreprise.**

04

**PORTER DE L'INTÉRÊT AUX PERSONNES QUI SAVENT DIRE NON, celles qui ont connu des échecs et celles qui vont au bout de leurs convictions.**

05

**REPENSER L'ENSEMBLE DE L'ÉCONOMIE DE LA RÉALISATION PERSONNELLE.**



CRÉEZ VOTRE ENTREPRISE  
DANS LES MEILLEURES  
CONDITIONS

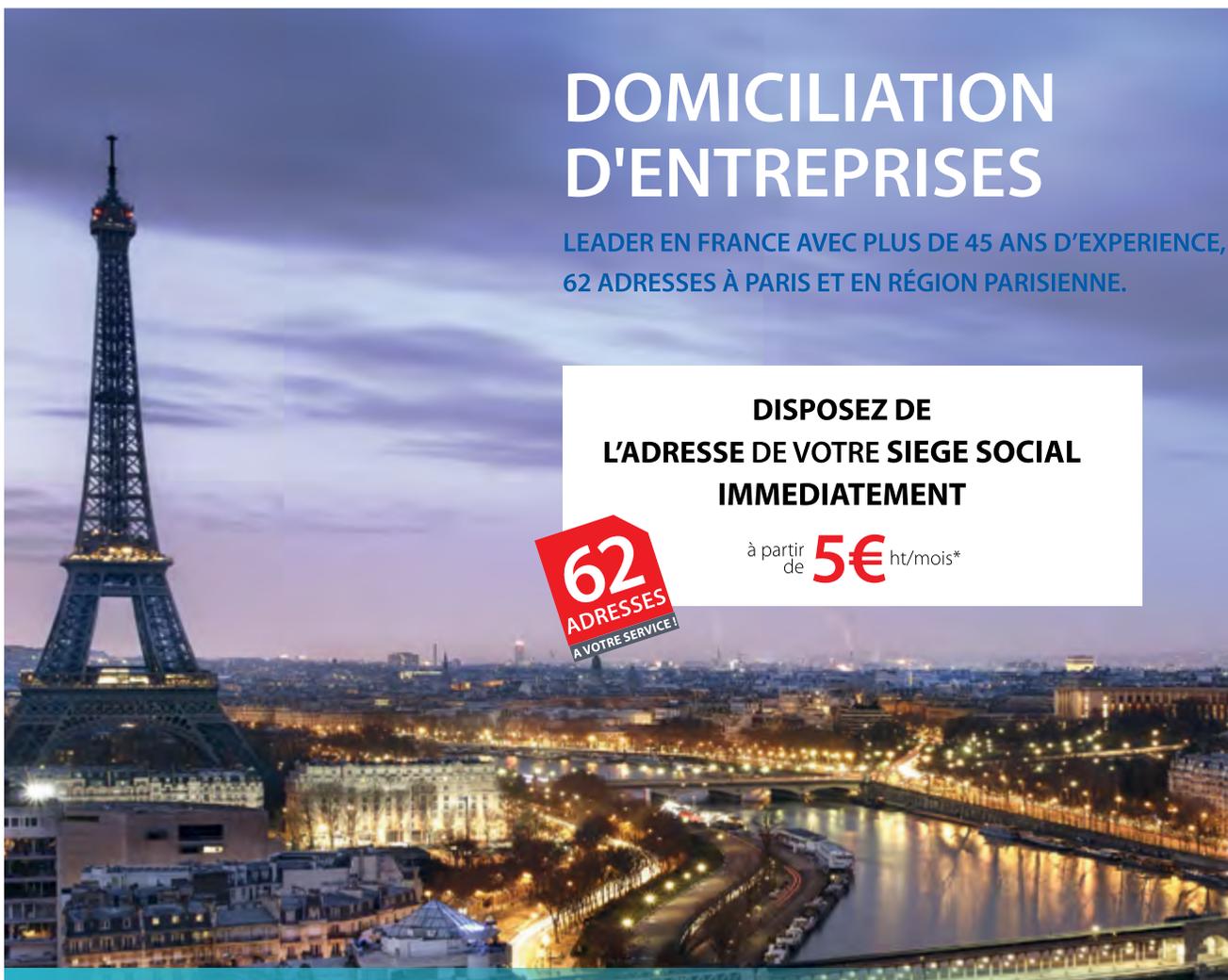
# DOMICILIATION D'ENTREPRISES

LEADER EN FRANCE AVEC PLUS DE 45 ANS D'EXPERIENCE,  
62 ADRESSES À PARIS ET EN RÉGION PARISIENNE.

DISPOSEZ DE  
L'ADRESSE DE VOTRE SIEGE SOCIAL  
IMMEDIATEMENT

à partir  
de **5€** ht/mois\*

**62**  
ADRESSES  
À VOTRE SERVICE!



Tél. 01 56 93 40 01 • [www.sofradom.fr](http://www.sofradom.fr)



*Ne cherchez plus... Vous avez trouvé !*





# L'ENTREPRENEUR QUI A SU DÉVELOPPER SON ENTREPRISE LENTEMENT MAIS SÛREMENT !

**À 56 ans, Bruno Bourrigault, cofondateur avec Lotfi Youcefi de Speed Burger, n'a pas perdu son franc-parler.** L'enseigne, considérée comme précurseur du métier de « livraison de burger à domicile », affichait déjà un chiffre d'affaires 2016 de 26 millions d'euros. La marque compte une cinquantaine de points de vente et emploie plus de 1 000 personnes dans le réseau. Et elle ne compte pas en rester là.

## COMMENT VOUS EST VENUE L'IDÉE DE CRÉER SPEED BURGER ?

Sur Angers, la livraison de pizza faisait ses débuts. Aujourd'hui, ce service est omniprésente mais en 1995, il n'y en avait qu'à Paris. Nous nous sommes dit simplement « *si cela marche pour les pizzas, alors cela doit fonctionner pour les burgers !* » et nous nous sommes lancés sans attendre.

## CELA A-T-IL TOUT DE SUITE MARCHÉ ?

Globalement, oui. Personne ne le faisait donc cela s'est rapidement développé. Je venais du milieu de la restauration et d'une école traditionnelle hôtelière, ce qui nous a facilité la tâche. Je connaissais le métier. Il ne faut pas oublier qu'à l'époque il n'y avait même pas de McDonald's là où nous étions ! J'avais déjà un magasin. Pour l'anecdote, ce n'est pas mon banquier initial qui m'a suivi mais un autre. Le premier, il pouvait financer des pizzas à emporter mais pas des burgers car il n'avait pas les « statistiques ».

## QUELLES ONT ÉTÉ LES GRANDES ÉTAPES ?

L'aventure a commencé par l'ouverture des points pilotes. Nous avons attendu huit-neuf ans avant notre première franchise (en 2004, ndr) qui se situait au Mans. Par la suite, tout s'est enchaîné et nous n'avons pas vraiment prêté attention aux « étapes » car nous étions dans le train et nous avançons, là était notre priorité. Les premières années, nous ouvrons des franchises en vagues régulières, ce qui était normal.

Une seconde grande étape a été franchise, il y a dix ans, quand nous avons créé notre site marchand. Nous détenons aujourd'hui cinq restaurants en propre et tout le reste en franchise.

## POUR VOUS, QUELS ONT ÉTÉ LES GRANDS CHANGEMENTS ?

Ils sont finalement assez récents avec le développement des plateformes qui s'implantent dans les grandes villes de France. Il a fallu s'adapter depuis 2016 à leur arrivée qui s'est révélée massive. Ce sont surtout dans les villes d'une certaine taille que la tendance s'est développée mais cela n'a pas entraîné un changement notable pour nos magasins qui sont situés dans des surfaces urbaines plus réduites. Nous regardons avec attention l'évolution des plateformes dans les autres villes et nous avons déjà commencé à prendre certaines mesures innovantes.

## VOUS N'ÊTES PAS DU TOUT À PRÉSENT À PARIS, C'EST VOLONTAIRE ?

Il est vrai que nous sommes très prudents sur la rentabilité des magasins et le foncier reste très cher à Paris. Je ne suis pas parisien et je n'ai pas l'habitude d'avoir des prix qui me semblent vraiment élevés. Nous allons ouvrir un premier magasin dans la région parisienne (à Boulogne-Billancourt). Personnellement, je ne trouve pas incontournable d'être présent à Paris même si je suis ouvert à l'idée d'en ouvrir dans les villes proches. Je pense que c'est une question de mentalité.





Il existe des franchises qui fonctionnent très bien à Paris et c'est très compliqué pour elles quand elles se déplacent en province. Et inversement pour les franchises implantées à l'origine en province.

### **QUEL EST VOTRE POINT DE DIFFÉRENCIATION PAR RAPPORT À D'AUTRES ENSEIGNES ?**

Historiquement, il y a la livraison, bien entendu, mais surtout, nous faisons des burgers depuis plus de trente ans. Nous détenons un savoir-faire avec une

**« Au début, j'ai passé presque quinze ans dans les magasins, ce qui représente un avantage quand nous nous adressons à un franchisé. Nous connaissons parfaitement notre franchise et ils le sentent. »**

trentaine de recettes que l'on peut retrouver sur le site, que je qualifierai de délicieuses. Notre différenciation s'est faite aussi sur cette qualité car nous avons un vrai choix de burgers avec des recettes issues de la cuisine française. Depuis trois ans, nous ne servons que des viandes françaises.

### **COMMENT A ÉVOLUÉ VOTRE FONCTION ?**

Je suis associé depuis le début et nous partageons les tâches. Lotfi s'est plutôt spécialisé dans le développement du site marchand, de l'informatique et il gère nos magasins en propre alors que, moi, je m'occupe davantage du développement et de l'animation réseau. Je me suis beaucoup occupé des achats même si nous avons intégré une acheteuse parmi la vingtaine de personnes que nous sommes au siège. Au début, j'ai passé presque quinze ans dans les magasins, ce qui représente un avantage quand nous nous adressons à un franchisé. Nous connaissons parfaitement notre franchise et ils le sentent.

### **JUSTEMENT, CRÉER LA FRANCHISE A-T-IL ÉTÉ SIMPLE ?**

Ce n'est jamais facile la franchise. Je me demande toujours comment font ceux qui n'ont qu'un ou

deux magasins et se lancent tout de suite dans le développement des franchises. C'est compliqué car il faut obtenir l'implication des franchisés dans leur magasin mais aussi des financiers qui regarderont la franchise de loin. Le franchisé reste son propre patron mais doit suivre le savoir-faire de l'enseigne. Et ne doit surtout pas se reposer totalement sur la marque et attendre que tout lui vienne tout cuit. Il doit réaliser qu'il est LE dirigeant. Concernant le lancement d'une franchise, il faut être bien conseillé et, je dois avouer que notre avocat, qui connaît par cœur la franchise, nous a bien épaulés au moment crucial du lancement.

### **Y-A-T-IL EU DES SURPRISES POSITIVES ?**

Il y a des histoires humaines très intéressantes. Nous avons des franchisés qui sont là depuis le début (quatorze ans, ndr) avec nous. C'est avant tout de belles histoires humaines et je pense que c'est l'essentiel. Après tout est venu tranquillement, nous n'avons pas intégré dix personnes en même temps dans l'équipe. Nous avons pris le temps de nous préparer. Le quotidien m'a beaucoup surpris et on pourrait en faire des bouquins et des bouquins ! Un jour dans un magasin, j'ai un livreur qui m'a dit : « *Je*

*me suis fait doubler par un kangourou !* ». On s'est demandé s'il avait perdu la tête mais en réalité il y avait des kangourous qui s'étaient échappés et qui couraient dans le centre-ville.

### **QU'EST-CE QUI VOUS MOTIVE À CONTINUER L'AVEVENTURE ?**

Comme tout commerce ou entreprise, c'est « à vendre ». Nous n'allons pas nous cacher la vérité car, en réalité, c'est une histoire de deux personnes et d'un chèque au milieu. Quelqu'un qui me dit que son entreprise n'est pas à vendre, je n'y crois pas. Cela dépend toujours du prix sans doute, peut-être, car je me considère comme un commerçant. Je ne suis pas du genre à finir mes vieux jours dans un magasin. Après, ce qui me motive, c'est que j'adore voir l'ouverture de magasins et l'arrivée du développeur, par exemple, m'a boosté.

### **COMMENT TROUVEZ-VOUS L'ÉQUILIBRE ENTRE VIE PERSO ET VIE PRO ?**

L'avantage que j'ai c'est qu'aujourd'hui, je ne suis plus dans la restauration. Je suis dans les bureaux depuis cinq-six ans donc j'ai de vrais week-ends. Je suis toujours avec ma femme depuis trente-trois ans, avec certes des hauts et des bas, mais cela montre que cela



**1995**

Date de création



**800**

salariés



**26**

millions d'euros de chiffre d'affaires 2016

se passe bien. (rires) Par ailleurs, je pense qu'il faut apprendre à déléguer. Pour la sélection de mes équipes, je fonctionne principalement par relation. Et cela dans 80 % des cas. Peut-être aussi car nous sommes en province et qu'il y a moins de profils.

**QUELLES SONT VOS PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT ?**

Nous essayons déjà de faire le tri dans nos franchisés en proposant à ceux qui se sont lancés un peu par hasard de revendre leur magasin. Il s'agit de garder notre dynamique. Le profil des franchisés a beaucoup changé depuis le début où nous étions principalement sur des profils investisseurs alors que nous restons sur des commerces de proximité. Pour ce qui est des ouvertures, j'aimerais bien que nous en ouvrions cinq à six par an. Nous avons d'ailleurs pris un développeur en interne et nous nous apercevons que faire appel à quelqu'un d'extérieur se révèle une stratégie payante.

**QUE PENSEZ-VOUS DE LA CONCURRENCE RÉCENTE ?**

Personnellement, je ne vois pas d'un œil favorable toute cette concurrence à vélo. Je ne parle pas d'enseignes comme Allo Resto ou de la concurrence « normale » mais spécifiquement de ces entreprises. Je ne comprends pas, lorsque je regarde les bilans de ces entreprises, qu'elles existent toujours avec des pertes. Si nous faisons la même chose, nous serions déjà fermés. Aujourd'hui, certains franchisés travaillent avec elles mais je ne trouve pas cela de bon augure.

**DES CONSEILS POUR LES FRANCHISÉS ?**

Pour un futur franchisé, il ne faut pas penser qu'un franchiseur va faire le travail. Comme je le disais, le franchisé est un chef d'entreprise. Je pense qu'il faut également regarder tout ce qu'il y a autour du franchiseur notamment la présence d'animateurs qui passent dans les magasins, d'un service marketing et peut-être surtout de scruter la performance du service achat. Il faut que ce dernier soit plus performant que si vous alliez voir le fournisseur seul. Le franchiseur doit permettre d'obtenir une meilleure rentabilité sinon autant être indépendant. ●

**4 CONSEILS DE BRUNO BOURRIGAULT**

**01**

**S'ADAPTER À L'ÉVOLUTION DE SON SECTEUR.** Les changements méritent juste des ajustements.

**02**

**PRENDRE SON TEMPS AVANT DE SE LANCER DANS LES FRANCHISES.**

**03**

**APPRENDRE À DÉLÉGUER.** Faire confiance est un atout.

**04**

**TROUVER DES FRANCHISES PERFORMANTES.** Elles doivent permettre une meilleure rentabilité.



## UNE ÉVOLUTION SOCIOLOGIQUE, AU PROFIT DE L'ENTREPRENEURIAT

**Alors que la 25<sup>e</sup> édition du salon des entrepreneurs se tiendra les 7 et 8 février prochains, son créateur, Xavier Kergall conserve la même ambition : insuffler l'envie d'entreprendre.**

Après avoir assisté à un véritable renversement des tendances en matière de création d'entreprise, le directeur général du groupe Les Échos Solutions a accepté de partager avec nous son ressenti.

### **CES DERNIÈRES ANNÉES, ON CONSTATE UN ENGOUEMENT CHEZ LES JEUNES QUI OSENT DE PLUS EN PLUS ENTREPRENDRE. COMMENT L'EXPLIQUEZ-VOUS ?**

Les nouvelles générations sont très intéressées par l'entrepreneuriat car elles ont vu, à travers leurs parents ou grands-parents, les inconvénients du statut de salarié. Au début des années 2000, les médias ont mis en avant le phénomène des start-up et ses icônes entrepreneuriales telles que Bill Gates, Steve Jobs ou encore Marc Zuckerberg. Cette tendance à la starification a boosté l'entrepreneuriat. Les écoles mais aussi l'État ont également joué un rôle, pour les entrepreneurs, en instaurant des filets de sécurité ainsi que la reconnaissance d'un droit à l'échec.

### **COMMENT DÉFINIRIEZ-VOUS L'ENTREPRENEUR DU XXI<sup>e</sup> SIÈCLE ?**

S'il n'a pas, fondamentalement, changé de celui d'il y a quelques années, l'entrepreneur du XXI<sup>e</sup> siècle doit être plus rapide et plus agile que ses aînés. Avant, il avait le

temps de préparer ses armes et d'avancer, tranquillement, dans son coin, secrètement. Aujourd'hui, avec internet, les idées sont plus exposées et se communiquent rapidement. Du jour au lendemain, une start-up peut ainsi voir se dresser, face à elle, dix concurrents sur son propre marché. Cette compression du temps contraint l'entrepreneur actuel à aller plus vite que son prédécesseur.

### **DANS UN ARTICLE PARU DANS LA TRIBUNE, VOUS DITES QU'« ENTREPRENDRE NE DOIT PAS SE RÉSUMER À UNE COURSE À L'ÉCHALOTE DONT LA TRAJECTOIRE POURRAIT SE RÉVÉLER DANGEREUSE SI ELLE N'EST PAS SINGULIÈRE ». QU'ENTENDEZ-VOUS PAR LÀ ?**

Beaucoup confondent levées de fonds et chiffre d'affaires. Une génération entière pense qu'être entrepreneur consiste à effectuer des tours de table. Ils passent alors plus de temps à lever des fonds qu'à s'occuper de leur offre. Il s'agit là d'un vrai danger. C'est lorsqu'on a créé un bon produit ou service, qu'on facture les clients, qu'on gagne sa vie et qu'on parvient au succès.

### **QU'EST-CE QUI VOUS A LE PLUS MARQUÉ TOUT AU LONG DE VOTRE PARCOURS ENTREPRENEURIAL ?**

Un repas de Noël, il y a vingt-cinq ans, alors que je voulais créer ma boîte. En faisant part de mon idée à mes proches, ces derniers jugeaient mon envie d'entreprendre trop exubérante et me conseillaient plutôt d'envisager un métier plus sérieux. Il y a deux ans, au cours d'un autre repas de Noël, ma petite nièce confie vouloir, elle aussi, créer son entreprise. Ces mêmes personnes l'ont alors encouragée et lui ont assuré qu'ils l'accompagneraient. C'est incroyable l'évolution sociologique et ce renversement des tendances quant à la notion d'entreprendre ! Cette histoire de repas de Noël reste celle qui m'a le plus marqué.

### **LES 7 ET 8 FÉVRIER 2018 AURA LIEU LA 25<sup>e</sup> ÉDITION DU SALON DES ENTREPRENEURS, DONT VOUS ÊTES LE DIRECTEUR GÉNÉRAL. QUELLE EN EST SA FINALITÉ AU JUSTE ?**

Le salon reste pratico-pratique et apporte des réponses précises à tous ceux qui veulent créer ou qui viennent de se lancer dans l'entrepreneuriat. En plus d'une approche de conseils et de solutions, c'est également une sorte de « borne énergétique ». Quand vous sortez Porte Maillot, que vous entrez dans cette thalasso entrepreneuriale et que vous vous retrouvez face à 60 000 personnes, vous êtes emporté ! L'objectif principal est de démystifier le passage à l'acte de la création d'entreprise et d'insuffler l'envie d'entreprendre. ●



## TOUT MISER SUR LA FORCE DU RÉSEAU

**Cela fait désormais quatre ans qu'Erwan de Puymorin et ses associés détiennent la franchise**

**The Escape Hunt.** Pour le jeune détective qui compte bien importer le succès de celle-ci, le marché français constitue une véritable opportunité pour la marque.

S'appuyant sur un solide réseau, l'entrepreneur ne se limite toutefois pas qu'aux frontières de l'Hexagone. Portrait.

« On a rien sans rien. » Pour Erwan de Puymorin et ses Associés, détenteurs de la franchise The Escape Hunt Frabelux (pour France, Belgique, Luxembourg, ndlr), la réussite ne tombe pas du ciel. « Si l'on veut s'en sortir, c'est un peu comme un canard, il faut paraître zen en surface mais pédaler comme un dingue par en-dessous ». Au début de l'aventure, tout n'a, en effet, pas toujours été simple. « Quand nous sommes allés voir les banques en leur disant que nous allions enfermer les gens dans des salles et que nous allions les faire payer pour ça, ils nous ont ri au nez ! », se souvient l'entrepreneur. Quatre ans après la reprise, ce dernier gère, aux côtés de ses associés, Benoît et Jean-Louis Bouthinon ainsi que Jean-Luc Gignoux, une dizaine de franchises implantées sur toute la France ainsi que 45 salariés en Europe de l'Ouest.

Comme le rappelle Erwan de Puymorin, The Escape Hunt est, avant tout, une expérience. Si le jeu constitue la majeure partie du service, l'accueil occupe également une place de choix : « Notre espace est décoré avec soin, une boisson est offerte à la fin de l'escape game, une photo en tenue de détective participe au souvenir... Nous nous efforçons de personnaliser l'accueil des joueurs ». Un autre point essentiel porte sur le fait d'élaborer des jeux uniques et propres à la ville dans laquelle ils sont implantés. « Beaucoup créent des énigmes en Europe de l'Est puis les importent en France. Plusieurs marques se retrouvent ainsi avec le même jeu... ».

Mais pourquoi avoir repris une franchise plutôt que créer sa propre société ? « Les Français aiment pouvoir identifier les marques. En matière de franchises, la France constitue le second marché mondial, derrière les États-Unis », explique Erwan. Avant de revêtir la cape du détective, il avait pourtant d'abord mis sur pied un projet de nœuds papillons, Mon Nœud Pap.com. Par manque de résultats, il décide d'arrêter la plateforme pour intégrer CBRE, un géant du conseil en immobilier d'entreprise. « Je faisais souvent les mêmes choses, habillé en costume. Pour cette raison, j'ai quitté l'entreprise pour récupérer la franchise en juillet 2014 », raconte l'entrepreneur. En décembre de l'année suivante, les quatre associés ouvrent une franchise à Bruxelles avant d'en lancer une, six mois plus tard, à Paris puis, histoire de battre le fer tant qu'il est chaud, une autre à Luxembourg en décembre 2016.

Joueurs qui arrachent le papier peint pensant y trouver un indice ou qui refusent de sortir de la salle alors que le temps est écoulé pour venir à bout de l'enquête... En B to C, le jeune détective a l'habitude des anecdotes : « Le jour de l'escorte du cortège funéraire de Johnny Hallyday destiné à lui rendre hommage, alors que la France entière était au courant, des joueurs sont arrivés en retard et nous ont lancé « ce n'est pas de notre faute, nous ne savions pas qu'il devait traverser Paris aujourd'hui ! » » Si les particuliers sont nombreux les weekends ou jours fériés, les thèmes étant orientés grand public, les équipes de team building restent, selon l'entrepreneur, très présentes en semaine. ●

### **LES INDUSTRIELS MÈNENT LES PETITES BOULANGERIES À LA BAGUETTE**

En France, 320 baguettes de pain sont consommées et produites chaque seconde, soit un total de 10 milliards par an. De 1950 à 2017, la consommation de pain des Français s'est, malgré tout, divisée par trois notamment du fait de l'inflation. Des nouvelles habitudes alimentaires qui pèsent sur l'activité des boulangers du pays. Au premier trimestre de l'année dernière, dans le secteur de l'agroalimentaire, un tiers des sociétés placées en redressement ou en liquidation judiciaire sont des boulangeries-pâtisseries, selon le baromètre du cabinet Altarea. Face à la diversité de la demande, les petites boulangeries rencontrent des difficultés et sont, parfois, contraintes de mettre la clé sous la porte. De leur côté, les industriels profitent du créneau pour s'imposer sur le marché. Et ce, que ce soit via la grande distribution en créant leur propre filiale de boulangerie ou en devenant une chaîne spécialisée. De quoi compromettre l'avenir des artisans boulangers.

**LE MARCHÉ DU VIN, AVEC OU SANS MODÉRATION ?**

Qu'il soit rouge, blanc ou rosé, le vin continue de séduire les Français et génère plus de 550 000 emplois directs ou indirects sur le territoire. Culturellement attaché à la production ainsi qu'à la consommation dudit breuvage, le pays en a fait l'une de ses marques de reconnaissance, au même titre que le pain ou le fromage. Pourtant, détrônée par l'Italie, la France n'est plus le premier producteur mondial. Les viticulteurs le savent, le climat peut se révéler leur meilleur comme leur pire allié...

Pour 2017, ils déplorent une récolte, historiquement, basse avec une production diminuée de 19 % par rapport à l'année précédente, soit 36,9 millions d'hectolitres, selon le ministère de l'Agriculture. Bien que la France ait perdu sa première place, la fabrication viticole française représente plus de 16 % de la production mondiale. Affichant une majorité de vins portant une Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) ou d'indication géographique protégée, ses produits représentent un vrai gage de qualité sur le territoire comme à l'étranger.

**ON NE VA PAS EN FAIRE TOUT UN FROMAGE !**

Disponible en crèmerie-fromagerie, dans les fermes ou les marchés classiques mais également en hypermarchés et supermarchés, le fromage fait partie des incontournables de la culture française. En ville ou à la campagne, son succès est tel que les Français lui allouent près de 7 % de leur budget alimentaire. En moyenne, ces derniers consomment 26 kg par an et par personne, ce qui classe l'Hexagone deuxième consommateur mondial derrière la Grèce. En tête d'affiche, l'emmental et le camembert. Leader des produits laitiers, le fromage génère environ 87 % du chiffre d'affaires du secteur, soit 22,3 milliards d'euros, selon le site de Tentation fromage. Parmi ses ingrédients, le lait de vache compose 83 % de la production en France, les fromages à pâte molle rapportant le plus de bénéfices (40,7 % du chiffre d'affaires global, ndr). Malgré tout, le marché du fromage n'échappe pas à la crise et voit ses ventes reculer. Une baisse de régime qu'il faut, néanmoins, relativiser puisqu'il continue de faire partie des piliers de l'économie alimentaire française.



# 5 CLÉS DE LA RÉUSSITE

**Guillaume Varobieff,**  
cofondateur de Repar's stores

## 2009

Date de création

## 27.5

millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017

## 55

salariés

## plus de 168

agences

### 01

#### **LA CRÉATION D'UN MÉTIER NOUVEAU.**

Nous avons créé un métier, plus écologique, sur un marché inexploité : réparer les volets roulants et les stores alors que les 10 000 entreprises nationales installatrices ne faisaient que les changer. Ce marché est estimé à plus de 600 millions d'euros annuels pour plus de 63 millions d'unités de volets roulants.

### 02

#### **L'ACCÈS À LA CRÉATION D'ENTREPRISE.**

Sous la forme de franchises, l'accès à la création d'entreprise se fait à partir de 5 000 euros d'apport et pour 45 000 euros HT maximum. Aucune expérience n'est nécessaire, Repar's stores se voit désormais composé de cadres en reconversion professionnelle, qui n'ont jamais exercé de métier manuel.

### 03

#### **NOTRE PROCESS D'INTERVENTION.**

Les artisans renvoient une image opaque. Nous avons donc repensé l'organisation du marché à l'aide de devis en temps réel sur une tablette tactile. Ainsi, ils bénéficient d'une transparence tarifaire, du respect d'une charte qualité ainsi que d'une immédiateté pour les devis et les interventions.

### 04

#### **LA COMMUNICATION.**

Si nous nous plaçons comme les leaders de la réparation et modernisation de volets roulants et de stores, nous ambitionnons de devenir une référence en la matière. Nous réalisons, depuis 2014, des campagnes TV. En 2016 et 2017, nous avons communiqué pendant plusieurs mois sur TF1, France Télévision et BFMTV.

### 05

#### **LES VALEURS.**

Nos valeurs se résument dans les « 3E » : l'éthique, en rendant accessible la création et la passion d'entreprendre ; l'équité, en étant une franchise participative grâce à nos franchisés, acteurs de notre développement ; et l'esthétique, avec une reconversion et un épanouissement pour nos futurs franchisés.

# Devenez l'entrepreneur de demain !



Abonnement à partir de

**9,90** € /AN

**Abonnez-vous sur**  
[www.dynamique-mag.com/abonnement](http://www.dynamique-mag.com/abonnement)

# L'ENTREPRENEURIAT DANS LES TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES DES FRANÇAIS.

Étude réalisée en juin-juillet 2017

À l'occasion de sa 19<sup>e</sup> édition, le Salon SME, a lancé une étude pour comprendre comment les français intègrent l'entrepreneuriat dans leur trajectoire professionnelle.

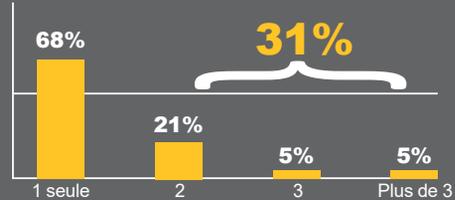
## COMBIEN DE FRANÇAIS ENTREPRENNENT ? Q1



3 millions sont entrepreneurs  
3 millions ont été entrepreneurs

**15 %** des Français âgés de 18 à 65 ans sont ou ont été entrepreneurs.

Combien d'activités entrepreneuriales créées ?



**Parmi eux, 31 %** ont eu ou exercent plusieurs activités entrepreneuriales (simultanées, successives ou entrecoupées de périodes de salariat).

## ENTREPRENDRE, UNE VOCATION ?

**29 %** savaient qu'ils deviendraient entrepreneur. Q2

**81 %** ont choisi de le devenir. Q3

## LES 3/4 CHOISISSENT LA CRÉATION EN PROPRE ET EN FONT UNE ACTIVITÉ PRINCIPALE

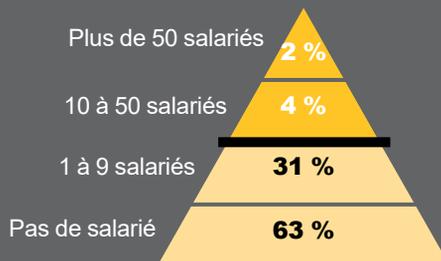
Pour **74 %** d'entre eux, entreprendre, c'est lancer sa propre idée Q4



Pour **78 %** des entrepreneurs, entreprendre est leur activité principale Q5

## AU PLUS FORT DE LEUR DÉVELOPPEMENT, 94 % DES ENTREPRENEURS EMPLOIENT MOINS DE 10 SALARIÉS Q6

**6 %** deviennent des PME/ETI.



**10** Salariés **plafond de verre ?** pour les entrepreneurs ?



## REVENUS INSUFFISANTS OU INSTABLES, 1<sup>RE</sup> CAUSES DE LA FIN DE L'AVENTURE Q7



## CESSATION D'ACTIVITÉ : CLAP DE FIN LE PLUS FRÉQUENT Q8



## ENTREPRENDRE : UNE EXPÉRIENCE QUI VAUT LA PEINE D'ÊTRE VÉCUE Q9

Jusqu'à 3 réponses possibles.



## ET SI C'ÉTAIT À REFAIRE ? Q10



### « Nous sommes en pleine Transition Entrepreneuriale »

« Les français incluent, de plus en plus, des périodes d'entrepreneuriat dans leur trajectoire professionnelle et ils en sont fiers. Cette étude confirme une tendance qui s'amorce depuis le début des années 2 000 et qui va s'amplifier : la Transition Entrepreneuriale, c'est-à-dire l'évolution progressive d'une société de salariés en CDI vers une société d'indépendants et d'entrepreneurs. »

Alain Bosetti, Président du Salon SME

#### MÉTHODOLOGIE

Etude menée pour le compte du Salon SME par l'institut Creatests, sur internet, en juin et en juillet 2017, auprès de 2 071 français de 18 à 65 ans résidant en France métropolitaine. L'échantillon est représentatif sur les critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de répartition géographique (méthode des quotas, sans redressement statistique).

#### QUESTIONS POSÉES (extraits)

- Q1 > Combien d'activités différentes (seul ou avec des associés) avez-vous eu à votre compte ?
- Q2 > Saviez-vous, quand vous avez débuté votre parcours professionnel, que vous alliez devenir entrepreneur ?
- Q3 > Vous aviez commencé cette activité à votre compte par choix ou par obligation ?
- Q4 > Il s'agissait d'une création d'entreprise, reprise d'entreprise, entrée au capital social de l'entreprise, activité en franchise ou d'une activité en portage salarial ?
- Q5 > Il s'agissait d'une activité principale ou secondaire ?
- Q6 > Combien de salariés aviez-vous au plus fort de son développement ?
- Q7 > Pour quelle raison principale avez-vous cessé cette activité/cette entreprise ?
- Q8 > Et comment avez-vous cessé cette activité/cette entreprise ?
- Q9 > De votre expérience d'entrepreneur, vous retenez ou retiendrez avant tout ?
- Q10 > Et si c'était à refaire ?

#### À PROPOS DU SALON SME

Créé par en Personne expo, le Salon SME existe en 2 formats :  
 - Salon SME depuis 1999, l'événement des créateurs et dirigeants de start-up et TPE.  
 20<sup>e</sup> édition les 01 et 02 octobre 2018 au Palais des Congrès de Paris.  
 - Salon SME Online, le salon virtuel pour les entrepreneurs. 3<sup>e</sup> édition les 20 et 21 mars 2018.

Invitations gratuites sur [www.salonsme.com](http://www.salonsme.com)  
 CONTACT PRESSE : Caroline Fichera  
[caroline@presse-enpersonne-expo.com](mailto:caroline@presse-enpersonne-expo.com) 01 47 61 49 33



25 et 26 septembre 2017 - Paris

# IMMERSION



**17,15**

millions d'euros de chiffre  
d'affaires en 2015



**25,24**

millions d'euros de chiffre  
d'affaires en 2016



**+ 30,75 %**

de chiffre d'affaires prévisionnel  
en 2017



**67**

salariés



# LE CONSEIL EN IMMOBILIER, D'ENTREPRISE ORIENTÉ 100 % UTILISATEURS



**Chez Parella, tout est calculé au mètre carré. Et pour cause, déménagement de locaux ou aménagements d'espaces constituent, entre autres, le cœur d'activité du spécialiste en immobilier d'entreprise.** Pour ce dernier, indépendance et pluridisciplinarité lui permettent de se vanter d'un « écosystème unique », axé 100 % utilisateurs. Petit état des lieux.

**« LE CONSEIL IMMOBILIER AUTREMENT ».** Dans le VIII<sup>ème</sup> arrondissement de Paris, la rue du Faubourg Saint-Honoré s'anime, malgré un temps grisâtre, en ce début de matinée. À l'entrée des locaux de Parella, Anne Kerzan, Directrice Marketing et Communication, nous reçoit avec le sourire. Quelques minutes plus tard, c'est au tour d'Olivier Neuman, dirigeant de l'entreprise, de nous accueillir. La visite des bureaux attendra. En route pour un entretien bien agencé. Parella n'est pas seulement le nom d'un village en Italie ou d'une statue en Espagne, c'est également celui d'un conseil en immobilier d'entreprise, qui « *avance « en parallèle » [comme le signifie l'expression catalane, ndlr] et dans le même sens que ses clients* ». Fondée en 2009, l'entreprise regroupe, aujourd'hui, quatre associés, tous issus du monde de l'immobilier d'entreprise et aux profils complémentaires d'après Olivier Neuman : « *Bruno Amsellem est expert en immobilier, Patrick Pelloquin, architecte, Michael Kaplan, commercial et moi-même, ancien avocat.* » Dès le départ, leur ambition est d'offrir aux entreprises un service différenciant. « *Nous avons voulu créer Parella car il n'y avait pas, à notre sens, d'acteurs indépendants dans le domaine* », explique son dirigeant. Si souvent les acteurs du marché travaillent pour les acheteurs comme pour les propriétaires à la manière d'un intermédiaire, eux, suivent une règle très claire : « *Ne conseiller que les utilisateurs, ceux qui occupent les locaux, et n'être rémunérés que par eux.* »



# IMMERSION

2009

Création de Parella

2012

Création d'Esquisse

2014

Création de Parella  
Valuation

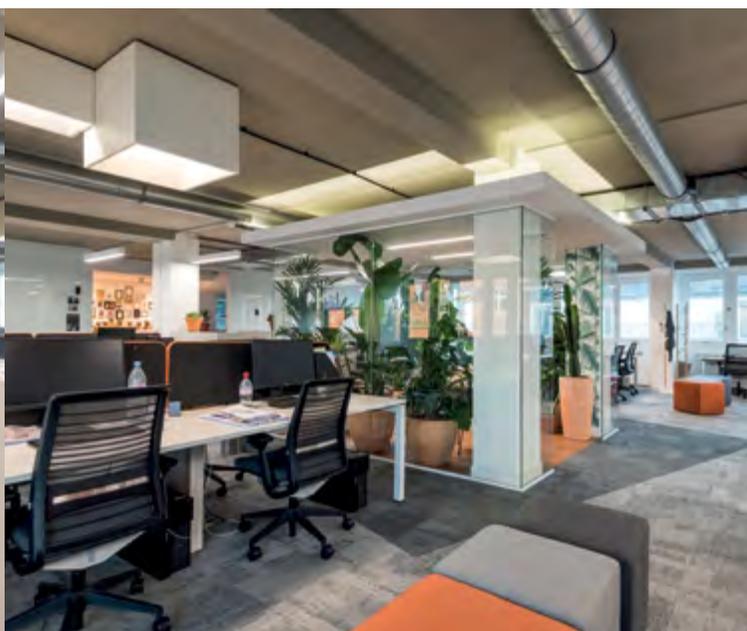


## UN ACTEUR INDÉPENDANT

**100 % UTILISATEURS.** Lors de la visite des locaux, les 700 m<sup>2</sup> de moquette grise défilent sous nos pieds tandis que quelques vitres orangées rappellent les couleurs du logo de l'entreprise. Pour son dirigeant, leur modèle, « *proche de celui d'avocat puisqu'ils ne travaillent que pour le compte de l'une des deux parties* », leur permet d'éviter tout conflit d'intérêts. En vagabondant de salle en salle, quasiment toutes transparentes, un détail nous interpelle : peu sont, pour l'heure, occupées, au profit d'un discret va-et-vient de salariés à l'œuvre, le nez dans leurs dossiers. Chez Parella, le mot d'ordre est, avant tout, indépendance, pour ses collaborateurs comme vis-à-vis de ses clients. « *Dans une posture d'indépendant, nous partons d'une problématique que l'on traduit en solution immobilière comme la recherche de locaux ou la négociation de bail* ». Olivier Neuman poursuit : « *Se positionner comme une vraie société de conseil nous confère ainsi un ADN différent de celui de nos concurrents.* » Sur l'un des murs de l'espace, des photos d'enfants représentent chacun des membres de l'entreprise. Quant aux principaux concernés, ils demeurent calmes et concentrés.

## LA PLURIDISCIPLINARITÉ À L'ORDRE DU JOUR.

Très vite, Parella s'est mise à travailler pour de grands comptes comme Yves Rocher, Orange, Lagardère, Samsung, Meetic, Fnac... Selon son dirigeant, leur proximité avec leurs clients constitue un élément fort de leur développement. « *Naturellement, ils nous ont demandé de les accompagner sur d'autres projets tels que la gestion de travaux, le choix de leur mobilier ainsi que sur l'aide au transfert des équipes* », affirme-t-il. Pour élargir leur palette de compétences et répondre à ce nouveau besoin, ils ont alors recruté des experts sur différents métiers : « *Chaque vision est unique avec un cahier des charges qui lui est propre. Pour le respecter, nous disposons, en interne, d'équipes projets pluridisciplinaires, qui regroupent aussi bien des experts en immobilier que des consultants, des ingénieurs ou des architectes.* » Et, rapidement, leurs clients leur font part d'une nouvelle suggestion : ils souhaitent, non seulement être conseillés par Parella sur le suivi des travaux, mais aussi que ces derniers soient réalisés par eux. Selon Olivier Neuman, « *ils ne voulaient plus contractualiser avec plusieurs entreprises mais souhaitaient un contractant général afin de ne pas avoir à faire face à plusieurs interlocuteurs* ». En clair, du « one stop ».



2015

Lancement d'EXIS

2016

Création de Parella  
Technical .

2017

Création de Parella  
Active Management

**UN VÉRITABLE CHEF D'ORCHESTRE.** Toujours dans cette logique du « one stop shopping », Esquisse, une structure de contractant général, voit le jour en 2012. « *Notre entreprise se place ainsi comme le seul interlocuteur. À la manière d'un chef d'orchestre, elle se charge de contracter avec les différents prestataires intervenant sur le chantier des travaux* », précise le cofondateur, avant d'enchaîner : « *Nous sommes d'ailleurs tenus d'une obligation de résultat, ce qui sécurise nos clients. Ils savent qu'un budget et qu'une date de déménagement ont été définis et que nous ne pouvons pas les dépasser, sous peine d'encourir des pénalités.* » Hormis quelques tableaux de Dassault disséminés aux quatre coins de l'espace, des plantes lui confèrent un côté apaisant et des murs d'expression permettent aux salariés de laisser libre cours à leur créativité. Sur le même thème, un « green challenge » est, au moment où nous parcourons les lieux, organisé, à côté de casiers oranges, dédiés aux collaborateurs. Anne Kerzan, la Directrice Marketing et Communication, nous en dit plus à ce propos : « *Il peut porter sur diverses thématiques comme un tournoi de ping-pong ou de babyfoot. Actuellement, il est question de faire pousser un haricot le plus rapidement possible. On essaye d'être créatifs !* »

**PLUSIEURS ENTITÉS POUR UNE OFFRE GLOBALE.** Au-delà d'Esquisse, Parella regroupe, sous son aile, quatre entités. Parella Valuation, créée en 2014, se place comme une société d'expertise de biens. « *Nos clients ont besoin d'obtenir des avis de valeur année après année par des experts immobiliers. Nous ne faisons pas simplement des photographies pour déterminer une valeur à un moment donné mais conseillons aussi en matière de valorisation ou de cession d'actifs, par exemple* », précise Olivier Neuman. Composée d'un bureau d'études, Parella Technical, quant à elle, intervient depuis 2016 sur la partie climatisation et courants faibles/forts (respectivement utilisés pour le transport de l'information et de l'énergie électrique, ndlr). « *Là encore, il s'agit d'une compétence que nous avons internalisée* », ajoute-t-il. Fondée en 2017, Parella Active Management, en cours de développement, a, de son côté, pour vocation de gérer le parc immobilier. « *Il est question d'une approche active de la gestion des baux, d'évaluer les renégociations possibles, de vérifier que les factures correspondent aux prix négociés, de gérer le ou les site(s)...* » Enfin, pour les accompagner dans d'autres pays, EXIS, cofondée en 2015, se présente comme une structure internationale.



# IMMERSION



## LE BIEN-ÊTRE COMME MOYEN DE RÉTENTION DES TALENTS.

Le dirigeant le sait, aujourd'hui plus qu'avant, les locaux doivent véhiculer la culture d'entreprise et suivre ses évolutions mais surtout, faire en sorte que les gens se sentent bien : « Clairement, il s'agit d'un sujet de rétention des talents et d'attractivité. De nouvelles formes de travail se développent dans ce sens comme le *coworking*. » Du côté de la cafétéria, une ambiance façon « bistrot parisien » donne le « la ». Une corbeille de fruits trône fièrement pour un plaisir sain et gourmand. « Un

*coach sportif vient régulièrement emmener les salariés courir ou donne des cours de renforcement musculaire dans la cafétéria et des matchs de football sont organisés à l'extérieur* », lance Anne Kerzan. Un espace de douche est d'ailleurs prévu pour que les collaborateurs puissent se rafraîchir après une séance de sport intensive. Agrémentés de « bubbles », de petits espaces de réunion informels en forme de bulles, les lieux offrent également aux salariés une salle de repos et de jeux, où les murs font office de coloriage géant. Un certain nombre d'événements tels que

des afterworks, séminaires, déjeuners ou encore petits-déjeuners sont aussi mis en place. Concentrées quasiment en permanence, les équipes ont, selon elle, « besoin de moments où elles peuvent se relâcher ».



## Les grandes valeurs de l'entreprise

**1 La loyauté.** Notre positionnement, complètement indépendant, nous permet d'être à 100 % alignés sur les problématiques de nos clients.

**2 L'engagement.** Un sentiment de fierté se dégage de nos salariés quant au fait d'appartenir à Parella. Ils sont ainsi pleinement engagés vis-à-vis de notre structure et de nos clients.

**3 L'excellence.** Nous essayons d'apporter une forte valeur ajoutée à nos clients, qui attendent un conseil parfait. Notre modèle différenciant et rémunéré uniquement par nos clients nous permet de justifier nos honoraires.

**4 Respect et confiance.** Nous écoutons et prenons en compte les choix de nos clients. En interne, nous faisons également en sorte de se respecter quel que soit notre métier. L'échange et l'entraide font partie de notre culture d'entreprise.

**5 L'altruisme.** Notre offre se doit de répondre à un besoin et non pas à une problématique qui nous est propre. Nous sommes tournés vers le client, tout comme nous cherchons à ce que nos collaborateurs se tournent vers les autres et se montrent ouverts d'esprit.

**DU MODE PROJET AU « FLEX OFFICE ».** En déambulant dans les locaux, un élément nous frappe à nouveau : plus de la moitié des salariés sont en mouvement et échangent calmement avec d'autres. Alors que les cofondateurs travaillent sur la mise en place du télétravail et que les horaires sont libres, près de 70 % des équipes sont en « flex office » (qui signifie « sans bureau fixe », ndr), c'est-à-dire qu'elles changent de bureaux quasiment tous les jours. « Ce système correspond tout à fait à notre mode de travail, par projet. Chacun s'assoit à côté de la personne avec laquelle il travaille. L'idée est d'être toujours en



*mouvement* », explique Olivier Neuman. D'après lui, l'enjeu reste que toutes les personnes, juniors ou seniors, puissent échanger les unes avec les autres. Le cofondateur poursuit : « *Ce mode de travail par projet fait qu'un consultant qui sort d'une école de commerce peut être amené à œuvrer aux côtés d'un designer. Chacun arrive avec une certaine compétence et s'ouvre vers d'autres métiers.* » Cet enrichissement professionnel serait, selon le dirigeant, à l'origine de l'épanouissement des salariés de l'entreprise, où règne mixité sociale et échange.

**DES SALARIÉS « AU CŒUR DE LA STRATÉGIE D'ENTREPRISE ».** 100 %, c'est le pourcentage de salariés qui estiment profiter d'une bonne ambiance au sein de Parella, selon une étude de la qualité de vie au travail réalisée en septembre 2017. Au-delà de cette dimension d'échange et d'entraide, ce que les salariés apprécient surtout, d'après le cofondateur, repose sur la nature des missions qu'ils effectuent, « *au cœur de la stratégie d'entreprise grâce à la proximité entretenue avec les clients* ». Si quelques collaborateurs restent sédentaires, la majorité effectue de nombreux déplacements et se trouve soit chez des clients soit sur des projets. « *Nous donnons beaucoup d'autonomie à nos collaborateurs et les mettons très vite face à nos clients. Nous leur confions également des tâches transverses comme celles liées aux recrutements.* » D'un autre côté, l'esprit de Parella serait, lui aussi, partie prenante de cette bonne ambiance. Pour Olivier Neuman, l'entreprise demeure jeune et dynamique : « *Nous travaillons intensément sur la communication interne et permettons à chacun de présenter les sujets sur lesquels ils travaillent pour enrichir l'expérience des autres.* » Au même moment, un son de cloche retentit, symbole d'un contrat signé, si l'on en croit Anne Kerzan. À la bonne heure ! ●



« Au départ, on se dit que quelques centimes perdus sur des kilos de pommes, ce n'est pas grand-chose. Sauf que, plus la croissance est forte, plus les problèmes de gestion s'amplifient et plus cela devient dur à gérer. »

**« NOUS NE MAÎTRISONS  
TOUT SIMPLEMENT  
PLUS NOTRE BOITE  
DEPUIS 18 MOIS »**

**Pour Sixte de Vauplane, dirigeant du service de production et de livraison de plats, Nestor, l'aventure n'a pas été de tout repos. Si l'avenir de l'entreprise n'a jamais été remis en cause, les erreurs ont permis à la société de progresser.** Chef cuisinier qui claque la porte en plein service, difficultés à la suite d'une levée de fonds, pertes alimentaires... Au bout de trois ans d'activité, les trois cofondateurs ont réussi à faire perdurer Nestor et améliorer sa recette.

« Aujourd'hui, il existe deux modèles dans ce qu'on appelle la « food delivery » : celui des plateformes comme Foodora, Deliveroo ou UberEATS, qui mettent en relation restaurants, coursiers indépendants et clients. Et celui des restaurants virtuels, qui font à la fois de la production et de la livraison de repas », explique Sixte de Vauplane, dirigeant de Nestor. Avec pour métier la production et la livraison de repas, l'entreprise appartient à la deuxième catégorie. Son concept ? Permettre de se faire livrer au bureau un « menu complet, préparé par des chefs, tous les matins, à partir de produits frais et avec un rapport qualité / prix imbattable », rappelle Sixte de Vauplane. Si l'idée de départ peut sembler alléchante, la croissance étant présente aujourd'hui, l'entreprise a dû faire face à un certain nombre d'obstacles.

**CUISINER ET LIVRER À TROIS.** Février 2015. Les trois amis d'enfance, Benoît d'Arrouzat, Joseph de Chateauvieux et Sixte de Vauplane, commencent à cuisiner chez leurs parents, avant de lancer Nestor dans les sous-sols de The Family. En avril suivant, ils livrent leur tout premier plat. « Nous avons commencé dans les cuisines de nos parents en livrant nos amis. Un mois plus tard, Oussama Ammar (cofondateur de The Family, ndlr), que j'avais déjà rencontré lors d'un stage effectué chez eux, mettait à notre disposition leur propre cuisine », se souvient le dirigeant de Nestor. Si le cofondateur a, toujours eu l'envie d'entreprendre, son stage réalisé chez The Family en 2014 n'a fait que conforter cette idée. « Immérgé dans le monde des start-up, j'étais constamment en relation avec elles, je découvrais leurs problématiques et tentais de leur apporter des solutions », raconte-t-il. À l'époque, les trois cofondateurs produisent et livrent eux-mêmes leurs plats dans le VIII<sup>ème</sup> arrondissement de Paris en vélo ou en métro. Jusque-là, tutto bene.

**CHEF, C'EST PAS DE LA TARTE !** Dès juillet 2015, les choses se compliquent. À la suite

de divergences avec les chefs possédant une vision trop traditionnelle, ils en changent cinq fois en l'espace de cinq mois. Alors qu'ils étaient sur le point de battre le record de l'époque et livrer 80 repas en une journée, la chef en cuisine les quitte en plein service : « En goûtant la tarte aux citrons du jour faite par la chef, nous estimions le nappage pas très réussi et lui demandions de le reprendre. Il était dix heures du matin. L'ayant très mal pris, elle est partie sur le champ. Nous avons alors dû nous mettre en cuisine sans hésiter une seule seconde pour finir la fameuse tarte ! » Bien que le défi des 80 repas fut relevé, les trois cofondateurs restèrent pendant près de deux semaines sans chef, tout en réalisant eux-mêmes la cuisine. « À ce moment-là, nous avons clairement compris les différents enjeux de notre business notamment savoir expliquer, dès le départ, notre vision à un chef, qui, lui, reste un artiste qui est là pour concevoir des plats, mais aussi des recettes », explique Sixte de Vauplane. En septembre 2015, les trois acolytes sont rejoints par le chef Julien Jarrige (qui travaille toujours avec eux, ndlr) et Nestor passe de 100 à 600 repas livrés par jour en moins de six mois avec, en moyenne, 35 % de croissance par mois, leur ayant permis de poursuivre avec une moyenne de 20 % depuis deux ans. Les locaux de The Family deviennent étroits, ils décident alors de s'installer dans une cuisine professionnelle située dans le XVII<sup>ème</sup> arrondissement, en octobre.

### LA STRATÉGIE DE LA « TERRE BRÛLÉE ».

Si tout semble aller pour le mieux, l'année 2016 marque un second coup dur : Nestor rencontre une nouvelle difficulté. Pourtant, la croissance ne semble pas ralentir. Ils ouvrent même une autre cuisine, plus adaptée et qui leur permet d'élargir leur offre de livraison. « Nous ouvrons une nouvelle zone toutes les semaines et affichons une croissance de l'ordre de 10 % par semaine », se rappelle Sixte de Vauplane. En avril, les trois cofondateurs effectuent une levée de fonds à





hauteur de 900 000 euros pour réaliser des travaux dans leur nouvelle cuisine et acheter du matériel. « *En l'espace de quatre mois, nous avions « cramé » l'argent de la levée de fonds et n'avions quasiment plus rien sur notre compte en banque* », dévoile le dirigeant. Mais alors, qu'est-ce qui ne va pas au juste ? D'abord, la logique de lever, rapidement, des fonds comporte ses limites, comme le rappelle le cofondateur : « *Durant la période 2016 - 2017, trois entreprises américaines qui avaient toutes levé 10, 50 voire 60 millions d'euros ont rencontré de grosses difficultés.* » Cette stratégie dite de la « terre brûlée », qui repose sur le fait d'aller chercher des fonds rapidement avec des montants significatifs pour dominer le marché, ne serait donc pas la plus adéquate sur le long terme. Elle demande une certaine maîtrise des fonds. Ce qui nous amène à un autre point essentiel : la rentabilité.

### **QUELQUES KILOS DE POMMES DE**

**PERTES.** Courant 2016, le « cash burn » n'est pas encore maîtrisé et la concurrence continue de faire pression. Les trois cofondateurs décident alors d'éplucher facture après facture pour déceler ce qui ne va pas. « *Quand on constate qu'il n'y a plus grand-chose sur le compte en banque et que tous les mois on crame l'équivalent de 150 ou 200 000 euros, on tente d'en comprendre les raisons.* » En analysant les flux sortants, ils constatent une différence entre le modèle théorique et celui pratique : le prix facturé étant, systématiquement, supérieur à celui négocié. « *Nous ne maîtrisons tout simplement plus notre boîte depuis 18 mois* » lance le dirigeant. Au delà du prix, la quantité de produits reçus se révélait, selon lui, parfois supérieure à celle commandée. « *Typiquement, nous commandions 100 kilos de pommes et en recevions 103 ou 104. Ces trois ou quatre kilos d'écart payés étaient ainsi de la perte.* » Autre cas de figure : « *Nous commandions parfois 200 kilos de pâtes fraîches et n'en recevions que 180 alors que, non seulement, nous payions le même prix mais, en plus de cela, nous devions racheter les 20 kilos manquants* », détaille Sixte de Vauplane, avant de poursuivre : « *Au départ, on se dit que quelques centimes perdus sur des kilos de pommes, ce n'est pas grand-chose. Sauf que, plus la croissance est forte, plus les problèmes de gestion s'amplifient et plus cela devient dur à gérer.* »

**REDÉFINIR LES PRIORITÉS.** Avec 30 % de croissance enregistrée à l'époque, les pertes financières représentaient des milliers d'euros. Après avoir identifié les causes, les cofondateurs établissent deux priorités. La première porte sur l'achat : ils renégocient l'ensemble des tarifs avec leurs fournisseurs et divisent leurs coûts par deux. La seconde, sur les pertes alimentaires. « *Du fait de notre problématique, qui est de faire du frais et d'afficher un menu différent tous les jours, nous ne parvenions pas à prévoir nos ventes et enregistrions, fin 2016, 20 % de perte.* » Pour les éviter, Stéphane, l'ingénieur maison, a pris le problème à bras-le-corps en créant son propre algorithme. Ce dernier, qui a récupéré toutes les données acquises depuis deux ans, estime les prévisions des ventes en fonction de plusieurs variables telles que la météo, le jour de la semaine, la période du mois, les ingrédients, la notation, le nombre de pré-commandes... Grâce à cet algorithme, ils passent de 20 % à seulement 4 % de pertes.

### **PORTER LA RENTABILITÉ SUR LE LONG**

**TERME.** Neuf mois plus tard, Nestor devient rentable. Pour Sixte de Vauplane, cette période difficile leur a, finalement, été bénéfique : « *Nous étions dans la difficulté et c'est en ayant peu d'argent qu'on devient créatif et qu'on peut tenir sur le long terme. Nous aurions, certes, pu lever à nouveau des fonds pour éponger les pertes mais il aurait sans doute été impossible de faire machine arrière comme nous l'avons fait.* » L'écosystème entrepreneurial pousse, souvent, selon le dirigeant, à effectuer des levées de fonds alors qu'il s'agit simplement d'une étape de financement comme une autre et qui n'est pas toujours utilisée à bon escient. La remise en question serait-elle ainsi l'étape précédant le Graal ? Pour Nestor, une chose est sûre, cela leur a permis de poursuivre leur lancée. « *Nous nous sommes pris une vraie claque en 2016 et cela a été compliqué pour toute l'équipe mais, désormais, nous avons une base saine pour notre croissance.* » Côté ambition, elle est restée la même pour les trois cofondateurs : créer le premier restaurant virtuel, duplicable, facilement, en France ainsi que dans les métropoles européennes. « *Nous sommes parvenus à cette première étape qu'est la rentabilité. En 2017, la priorité était de montrer que Nestor avait un modèle stable et rentable. C'est chose faite. À présent, en 2018, place à l'expansion !* », conclut le dirigeant de Nestor. ●

25 ANS AU SERVICE DES ENTREPRENEURS



CRÉ  
ER

Guillaume Gibault, **Le Slip Français**



RÉIN  
VENTER

Céline Lazorthes, **Leetchi**

Salon des  
Entrepreneurs

7 > 8 fév. 2018 Palais des Congrès **PARIS**



OS  
ER

Sandra Le Grand, **Yapuka.org**



INNO  
VER

Stéphane Darcel, **Move & Rent**



MAIRIE DE PARIS



CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

île de France



LesEchos



Management



Groupe  
LesEchos  
Le Parisien

#SDE2018

Informations & inscriptions sur [salondesentrepreneurs.com](http://salondesentrepreneurs.com)

0 820 012 112 Service 0,12 € / min + prix appel

## STRATÉGIE



**2016**

ouverture du  
premier site



**7 500**

m<sup>2</sup> d'espaces de travail



**8**

collaborateurs



# DESKOPOLITAN, LE NOUVEAU RÉSEAU PREMIUM D'ESPACES PARTAGÉS

**Fondée par Alexis Rebiffé et Paul Chevrillon, Deskopolitan fait partie de cette nouvelle génération de réseaux d'espaces de bureaux partagés.** Propriétaire de son immobilier, la marque au positionnement premium affiche, clairement, son ambition : revisiter les centres d'affaires en proposant une palette de services défiant toute concurrence.

**REVISITER DES CENTRES D'AFFAIRES.** Créée il y a cinq ans, Deskopolitan s'inspire des nouveaux modes de travail pour développer son réseau d'espaces de bureaux partagés. Après une première expérience ratée dans l'entrepreneuriat, son dirigeant, Alexis Rebiffé, souhaitait, pour sa prochaine société, un modèle basé sur un système d'abonnement. « *Une fois que des personnes deviennent clients d'un espace de coworking et qu'elles jugent les services agréables, elles y restent* », assure-t-il. Pour les deux cofondateurs, Alexis Rebiffé et Paul Chevrillon, l'enjeu n'est pourtant pas tant de faire du coworking que de revisiter les centres d'affaires. « *Nous souhaitons à la fois retrouver*

le côté convivial et social des espaces de coworking, tout en le mixant avec le professionnalisme des centres d'affaires ». Après six mois de travaux, le premier site ouvre ses portes en janvier 2017, rue du Château d'Eau, dans le X<sup>ème</sup> arrondissement de la capitale. Logés dans une ancienne manufacture (occupée auparavant par l'agence de publicité française BETC, ndlr), ce sont alors 1 350 mètres carrés, prévus pour accueillir 200 personnes, qui sont mis à la disposition des travailleurs. Et les deux cofondateurs entendent bien ne pas en rester là.

### FACILITER LE QUOTIDIEN DES

**UTILISATEURS.** « Notre clé d'entrée, c'est les services », lance Alexis Rebillé. Affichant une offre premium, l'ambition de Deskopolitan demeure de faciliter la vie des collaborateurs, qu'ils soient freelances, salariés d'une PME ou encore d'un grand groupe. « Le premier élément qui vient gâcher la vie des travailleurs parisiens reste les transports », poursuit-il. Pour tenter de rapprocher les bureaux des lieux de résidence de leurs utilisateurs, les cofondateurs ont alors ciblé l'est de Paris, qui regroupe des quartiers résidentiels, pour y implanter leurs espaces de travail. « Nous aurions, certes, pu opter pour les banlieues mais le coworking fonctionne d'abord dans les villes où le coût de la vie s'avère élevé », explique le cofondateur. Toujours dans cette logique de faciliter le quotidien des collaborateurs, une seconde réflexion naît d'un tout autre constat :

« Lorsqu'arrive le weekend, ayant bien travaillé la semaine, les travailleurs n'ont qu'une envie : celle de se détendre. Nous nous sommes alors demandé comment intégrer les corvées de la vie quotidienne en semaine, les jours de travail. » Pour cette raison, les deux cofondateurs ont fait le choix d'intégrer un certain nombre de services à leurs espaces de travail comme de la conciergerie d'entreprise, un coiffeur pour hommes et femmes, un barbier mais aussi un service de restauration.

**DES ESPACES NON PAS POUR TRAVAILLER MAIS POUR « RÉUSSIR ».** « Ce ne sont pas des espaces pour travailler mais des espaces pour réussir ! », affiche fièrement le slogan de Deskopolitan. « Nous sommes très attachés à construire une communauté de membres avec lesquels on partage les mêmes valeurs », affirme Alexis Rebillé. Leur positionnement premium leur permet, selon lui, de s'adresser à des entreprises qui, en grande majorité, se portent extrêmement bien et qui se consacrent exclusivement à leur travail. « Chez nous, il n'y a ni babyfoot, ni console de jeux vidéo parce qu'on considère que le vrai loisir se trouve hors des murs,

lorsqu'on quitte le bureau. Deskopolitan est, avant tout, un lieu dédié au travail », explique le dirigeant. Bien que l'équipe de Benoît Hamon ait choisi leur espace, rue du Château d'Eau, pour y installer son QG lors de la dernière campagne présidentielle, Deskopolitan n'est associée à aucun mouvement politique mais a été qualifiée de simple « partenaire d'intérêt public ». Quoi qu'il en soit, sa culture porte d'abord sur la confiance et le prix juste : « Nous avons fait ce choix de vendre des services premium tout en étant très transparents avec le client pour qui la marge de négociation est très limitée » Une stratégie qui leur a permis dès la première année, d'être bien au-delà des objectifs fixés.

**ÊTRE PROPRIÉTAIRE DE SON IMMOBILIER...** Un autre atout de Deskopolitan reste qu'il possède son propre immobilier. « Être propriétaire nous permet de générer de la rentabilité sur l'exploitation comme sur notre immobilier, une première sur le marché du coworking », dévoile Alexis

**« Chez nous, il n'y a ni babyfoot, ni console de jeux vidéo parce qu'on considère que le vrai loisir se trouve hors des murs, lorsqu'on quitte le bureau. Deskopolitan est, avant tout, un lieu dédié au travail. »**

Rebillé, avant de poursuivre : « En travaillant sur le concept, nous nous sommes rapidement rendu compte que nous ne pouvions pas monter le projet seuls. Nous avions besoin de capitaux. » Si acheter des immeubles de plusieurs milliers de mètres carrés n'était, au départ, pas leur ambition, les cofondateurs se sont vus offrir l'opportunité d'aller présenter leur projet au groupe, spécialisé dans l'investissement industriel et fondé par le père de Paul. « Notre première intention était de louer un plateau de bureaux pour ensuite commercialiser les postes », précise le dirigeant de Deskopolitan. Au bout du compte, ce sont plusieurs dizaines de millions d'euros qui seront investis par le groupe (est devenu actionnaire majoritaire de Deskopolitan, ndlr) dans la société pour l'achat de biens immobiliers. « En tant que jeunes start-



# STRATÉGIE

➤ *Supérieurs de 30 ans, sans capital de départ, cette activité nous aurait été inaccessible sans le soutien du groupe. »*

**...POUR DÉVELOPPER UNE OFFRE LA PLUS COMPLÈTE POSSIBLE.** « Nos concurrents, même avec tous les moyens qu'ils mettent, ne parviennent pas à développer une offre aussi complète que la nôtre, regroupant l'ensemble des services sous le même toit », affirme le dirigeant de Deskopolitan. Selon lui, pour des raisons de réglementations liées à la sécurité, louer un ensemble immobilier permettant à la fois d'y développer des espaces de travail ainsi que des services annexes reste très compliqué compte tenu de l'obligation de dissocier les accès des évacuations. Le cofondateur s'explique à ce sujet : « Lorsque nous élaborons le permis de construire, nous y intégrons directement notre activité d'exploitation, ce qui ne serait, sans doute, pas faisable avec un propriétaire-bailleur. Avoir différentes activités empilées dans un seul et même immeuble qui n'est pas le sien demeure, en ce sens, quasi-impossible. » Un avantage de taille qui leur permet, d'après Alexis Rebuffé, de couvrir les éventuels risques liés à l'exploitation de leur activité.

**SORTIR DU LOT POUR VAINCRE LA GUERRE DU COWORKING.** L'arrivée de mastodontes tels que WeWork ou même Station F en 2017 a tendance à placer ladite année sous le signe de la guerre du coworking. Mais pour le dirigeant de Deskopolitan, « le plus intéressant reste à venir car le marché s'est structuré ». Il ajoute : « Ce dernier n'étant pas un puits sans fond, un léger ralentissement va se faire sentir et, à ce moment-là, on pourra, véritablement, observer ceux qui tireront leur épingle du jeu ». Les deux cofondateurs le savent, pour se démarquer, la notion de fidélisation constitue un élément clé. C'est pourquoi ils misent sur la qualité de leurs services mais aussi sur le soin apporté aux détails tels que le traitement de la lumière au sein des espaces, l'acoustique ou encore l'ergonomie. Avec l'ouverture d'un deuxième site de 6 000 mètres carrés d'une capacité de 400 personnes, prévue pour l'été prochain, boulevard Voltaire, ils entendent d'ailleurs bien améliorer leur offre de services. « Nous serons alors le premier acteur à réunir sous le même toit des espaces de travail, des crèches, un fitness, un restaurant, une résidence hôtelière, un potager en toiture, divers ateliers ainsi que tous les services de bien-être. » Autour de ce bâtiment, désigné comme un « campus urbain », s'ajouteront également 1 000 mètres carrés d'espaces extérieurs. « Le bâtiment de Château d'Eau n'est, finalement qu'une sorte de préambule. En développant le concept de Deskopolitan, nous nous sommes rendu compte d'une chose : il s'agit d'un métier plus proche de l'hôtellerie que de l'office management », conclut, enthousiaste, son dirigeant. ●



## À VOUS DE L'APPLIQUER DANS VOTRE BOÎTE !

**PRENDRE SON TEMPS.** Lors de ma première expérience entrepreneuriale, Mama Silla, je m'étais mis une pression folle. Nous nous sommes précipités mais nous n'étions pas suffisamment préparés et, de ce fait, nous nous sommes plantés.

**PAS DE CAUTION, PAS DE CAUTION...**, pas de caution ! Il ne faut pas que l'argent qu'on investit dans son entreprise déstabilise sa vie personnelle. En créant Mama Silla, j'ai utilisé un peu d'argent perso mais je n'avais, à l'époque, pas de vie de famille ni d'enfants... Et j'ai quand même mis plus de trois ans à rembourser.

**BIEN S'ENTOURER.** Aujourd'hui, le plus gros enjeu reste d'avoir une bonne équipe. Jamais acquise, elle est nécessaire pour relever tous les challenges de l'entreprise. L'équipe constitue son premier capital mais n'est, malheureusement, pas une science exacte.

**FÉDÉRER AUTOUR DE SOI.** Une fois qu'on a trouvé les bons profils, l'important reste de fédérer et de fidéliser. Pour y parvenir, le chef d'entreprise doit faire preuve d'empathie et ne pas oublier son parcours afin de ne pas reproduire les erreurs que d'autres dirigeants ont pu commettre.

**FAIRE ATTENTION AUX DÉTAILS.** Les mentalités ont changé. On a tendance à penser : le fond, le fond. La forme, elle, serait accessoire. En réalité, la forme est toute aussi importante que le fond. Dans notre activité, le service à la personne, le sens du détail fait toute la différence.

**DÉTECTER LES PROBLÈMES À TEMPS.** Le faire revient, en partie, à trouver les solutions. Investir dans le recrutement de personnes chargées de surveiller la gestion de l'entreprise, même pour une petite structure, demeure un élément fondamental.

**NE PAS VOULOIR À TOUT PRIX LEVER DES FONDS.** On voit souvent ce phénomène apparaître chez les jeunes entrepreneurs qui ont l'esprit start-up. Pour ma part, je n'ai pas vraiment eu le sentiment de lever des fonds et, d'ailleurs, ce qui m'importe, c'est, avant tout, le client.

**AVOIR CONFIANCE EN SON MODÈLE ÉCONOMIQUE.** Au début, tout est génial mais, plus on avance, plus on rentre dans le concret puisqu'on est confronté à la réalité du terrain. On se rend alors compte que tout n'est pas aussi simple mais il ne faut pas se décourager et continuer de croire au projet.

**NE PAS DEVENIR PASSIF.** Au bout d'un certain temps, on assiste à beaucoup de choses comme des réunions, des entretiens... Mais, au final, on se retrouve à ne plus rien faire soi-même. Il faut parvenir à garder une fonction où l'on est obligé de rendre des comptes notamment vis-à-vis de son équipe. Cela permet de garder les pieds sur terre.



Créée par la marque **Café Grand'Mère** en **1987**, la fête des grands-mères est, à l'origine, purement commerciale.



Avant de se spécialiser dans **l'automobile** et les **poids lourds**, la marque américaine **Dodge**, fondée en **1900**, produisait des **bicyclettes** et des **pièces de véhicule** pour d'autres constructeurs du secteur.



La célèbre marque **LU** est, en réalité, l'acronyme de **Lefèvre-Utile**, les **noms des parents** du fondateur.



Le logo de la marque de vêtements féminins de surf et snowboard, **Roxy**, est identique à celui de **Quiksilver**, sauf qu'il est retourné et doublé.

**Un ours** est **dissimulé** dans le **logo** de la barre chocolatée suisse **Toblerone**...



Chaque minute, environ **13 000 bouteilles** de bière de la marque **Heineken** sont consommées dans le monde.



Un **bébé européen** sur **10** aurait été conçu sur un lit **Ikea**.



Le logo du constructeur automobile **Volkswagen** n'est pas qu'un « **W** » mais bien un « **V** » posé sur un « **W** ».



Lors de l'échec de la **Wii U** de **Nintendo**, en **2014**, son PDG, Satoru Iwata, aurait réduit sa **rémunération de moitié** pendant **cinq mois** pour compenser le bénéfice de seulement **9 %** de la multinationale japonaise.

Takimata-(edited by: Tokyoship)



L'appellation « **Chupa Chups** » provient du verbe espagnol « **chupar** » qui signifie « **sucer** ».

# DOSSIER



# RÉFLÉCHIR AUX USAGES POUR DÉTECTER DE NOUVELLES TENDANCES

**Tout au long de son parcours, Anne-Laure Vincent a suivi un fil rouge : concevoir des projets utiles à tout à chacun, tout en étant précurseur dans son domaine d'activité.** Pour relever de nouveau le défi, la cofondatrice d'Alternative Digitale continue de surveiller de près les usages pour en faire de véritables tendances entrepreneuriales. Rencontre.

## **VOUS ACCOMPAGNEZ, AUJOURD'HUI, LES ENTREPRISES DANS LEUR DÉVELOPPEMENT, PARTICULIÈREMENT NUMÉRIQUE, À TRAVERS L'AVENTURE D'ALTERNATIVE DIGITALE. EN QUOI S'AGIT-IL LÀ D'UNE TENDANCE À SUIVRE ?**

Entreprendre dans le digital ou le numérique s'apparente à une vraie et belle opportunité. Cela fait près de vingt ans que ce domaine impacte l'entrepreneuriat et on le voit, actuellement, avec le nombre de start-up qui se lancent dans le secteur. Aujourd'hui, on a atteint une certaine maturité avec des projets beaucoup plus structurés et qui correspondent à un besoin profond, soit des entreprises, soit du grand public. Alternative Digitale s'appuie sur le fil rouge de ma façon d'entreprendre. Ce dernier consiste à élaborer des projets porteurs d'utilité économique et humaine. Pour Alternative Digitale, l'idée était de se dire : le numérique est présent partout, en particulier dans le monde du travail et les compétences digitales deviennent obsolètes beaucoup plus rapidement que celles des métiers. L'objectif est que tous les actifs puissent s'appuyer sur une mesure reconnue, à savoir un référentiel européen. Nous proposons ainsi une cartographie des compétences digitales grâce à laquelle un individu peut choisir les formations dont il a besoin.

## **EN 1999, VOUS AVEZ COFONDÉ, AVEC CHRISTOPHE DUHAMEL, OLIVIER ABOILARD ET JEAN-BERNARD VÉROT, MARMITON, QUI EST DEVENU LE PREMIER SITE INTERNET FRANCOPHONE DE CUISINE. COMMENT EN ÊTES-VOUS ARRIVÉE À DÉVELOPPER CE PRÉCURSEUR DU WEB CULINAIRE ?**

Nous travaillions déjà dans le secteur du web et conseils des entreprises dans leur stratégie digitale. C'était la période de la « web agency ». Avant d'être

entrepreneure, ma première motivation restait de construire un projet qui soit utile à la société. Dans mon écosystème, cela passait par internet et le premier service à proposer était d'aider les femmes dans leur quotidien, particulièrement la cuisine, à une époque où le web était très masculinisé. L'enjeu était de créer un service qui permettrait aux femmes d'allier vie professionnelle et vie personnelle, tout en y ajoutant une touche de gaieté et de générosité à travers la cuisine. Puis, avec l'évolution de la société, le service s'est étendu à tous ceux qui aiment cuisiner, hommes, femmes et enfants. Ma seconde motivation porte sur un angle plus professionnel : apporter un regard différent sur ce qu'était le web, au départ perçu comme un simple média ou outil de communication. Il s'agissait de démontrer que le web n'est pas un média comme les autres mais s'avère, avant tout, un outil de partage. Autrement dit, qu'il permet de générer une communauté entre les individus et qu'il est aussi puissant que les autres médias traditionnels comme la presse ou la télévision. Quand nous avons lancé le site, la baseline était « Marmiton, la communauté des gourmands » !

## **VOUS AVEZ LANCÉ À CE SUJET, DANS UN ARTICLE DU MONDE.FR : « ON A ÉTÉ PRIS À NOTRE PROPRE PIÈGE, IL ÉTAIT IMPOSSIBLE DE NE PAS S'EN OCCUPER ». QUE VOULIEZ-VOUS DIRE ?**

Disons que nous n'avions pas décidé d'être entrepreneurs, ce qui fait peut-être la différence entre nous et la nouvelle génération fraîchement moulue de jeunes étudiants en école de commerce ou autres. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est, presque, un épiphénomène. Nous avons donc été surpris que cette vision, qu'était la nôtre, nous revienne comme un





boomerang et pas forcément là où nous l'avions imaginé. Concrètement, nous détenions cette volonté farouche de créer une communauté d'internautes et de faire en sorte que celle-ci s'approprie notre service, qui, pour nous, était utile. Cette dernière se l'est tellement appropriée qu'elle s'est, elle-même, nommée les « Marmitonautes » et nous a nommés, nous, les fondateurs, les « grands Manitous ». J'ai alors compris que, lorsqu'on crée une communauté d'intérêts autour d'un site internet, il faut développer son propre vocabulaire. Quoi qu'il en soit, le succès du service dépassait ce que nous avions imaginé et nous étions redevables auprès de nos internautes. Ces derniers nous

## « Personnellement, refaire ou copier ce qui se fait déjà ne m'intéresse pas. Il faut être précurseur, avec toute la difficulté que cela implique. »

ont d'ailleurs demandé de devenir partie prenante en matière de co-création, ce que nous avons accepté. Lorsque nous avons changé notre logo, par exemple, nous avons demandé l'avis de nos internautes. Il faut accepter qu'à un moment donné, la marque nous dépasse et appartienne à la communauté, tout en restant garant de ses valeurs.

### LORS D'UNE PRÉCÉDENTE INTERVIEW SUR DYNAMIQUE-MAG, VOUS DITES QUE VOTRE « STRATÉGIE A ÉTÉ DE NE PAS PENSER QUE « WEB » MAIS SURTOUT DE RÉFLÉCHIR AUX « USAGES ». QU'ENTENDEZ-VOUS PAR LÀ ?

D'abord, il faut comprendre que l'expérience utilisateur se doit d'être très bonne et fluide. Ensuite, lorsqu'on réfléchit à un nouveau projet, il faut faire en sorte que celui-ci soit utile à la société. Personnellement, refaire ou copier ce qui se fait déjà ne m'intéresse pas. Il faut être précurseur, avec toute la difficulté que cela implique, en étant vigilant sur le timing, à l'équilibre entre sa vision et son marché. Pour y parvenir, la seule solution que j'ai trouvée demeure de se montrer très observatrice des usages et, à travers leur amélioration, y apporter un réel bénéfice pour l'utilisateur. Pour reprendre l'exemple de Marmiton, des recettes de cuisine, il y en a toujours eu. Sauf qu'avant, les femmes se les refilaient sur un bout de papier. Marmiton a juste facilité cette opération en reprenant des codes déjà existants et en les présentant différemment pour faciliter le déploiement. Même chose pour les

compétences digitales, elles existent mais il faut que chacun puisse comprendre leur signification. C'est ce qui motive mon action d'entrepreneuriat.

### VOUS VOUS QUALIFIEZ, JUSTEMENT, COMME ÉTANT « TRÈS OBSERVATRICE DES USAGES ». COMMENT FAITES-VOUS POUR DÉTECTER CES USAGES MAIS AUSSI, POUR VOUS TENIR INFORMÉE DES NOUVELLES TENDANCES ?

Je fais beaucoup de veille en étant, constamment, curieuse de la manière dont mes contacts appréhendent leur environnement. Je n'hésite pas à poser des questions, à toutes générations et milieux sociaux confondus. Bien que l'on vienne souvent me demander ce que je pense de tel ou tel sujet, je renvoie régulièrement la question : « *Et vous, comment faites-vous ? Qu'est-ce qu'il vous manque ? Qu'aimeriez-vous qu'on améliore ?* ». Plus précisément, si l'on cherche à améliorer l'existant, j'effectue une veille très poussée sur des médias spécifiques, prends rendez-vous avec des experts en la matière ou crée des groupes de

discussion. Je suis également très observatrice de ce qu'il se passe sur les réseaux sociaux. Je les utilise, véritablement, comme un vivier de remontée de sujets, qui interpellent les gens et se matérialisent à travers leurs expressions naturelles. Observer ce qu'il se cache derrière leurs questionnements permet de détecter leurs besoins.

### EN 2006, MARMITON EST RACHETÉE PAR LE GROUPE AUFEMININ, DONT VOUS PRENEZ LA DIRECTION UN AN PLUS TARD. POURQUOI AVOIR CHOISI D'ÉLARGIR VOTRE VISION AU SECTEUR DES FEMMES EN GÉNÉRAL ? ET QUEL LIEN AVEC L'ASSOCIATION MOMPREENEURS QUE VOUS AVEZ CONFONDÉE EN 2009 ?

Reprendre la direction d'Aufeminin, tout comme la création de Marmiton, m'a donné envie de me positionner sur d'autres combats : celui de la place des femmes dans une société moderne, qui a évolué. Momprenneurs intervient tout à fait dans cette mobilisation pour les femmes qui est, avant tout, de leur permettre de concilier vie professionnelle et vie personnelle. Je milite pour cette approche équilibrée. Faire carrière et mettre de côté sa vie privée ne me motivent pas. C'est quelque chose que je trouve dépassé, aujourd'hui. L'association prend ainsi la parole pour dire que l'entrepreneuriat féminin est une voie qu'il faut développer car les femmes ont quelque chose à y apporter. Je milite pour qu'il n'y ait pas de plafond de verre pour ces dernières mais également pour qu'il y ait une reconnaissance des petites et moyennes entreprises.

Au delà des « Success Stories », les TPE et PME sont nécessaires dans notre société. Et ce, qu'il soit question d'hommes ou de femmes. Ne pas avoir forcément envie que son entreprise fasse partie du CAC 40 ne signifie pas que l'on n'est pas ambitieux.

### **VOUS ÊTES MÈRE DE QUATRE ENFANTS... VOTRE VIE PERSONNELLE A-T-ELLE INSPIRÉE VOTRE VIE PROFESSIONNELLE ? SI OUI, DE QUELLE MANIÈRE ?**

Autant j'ai créé des entreprises là où la société n'apportait pas encore de réponses, autant j'ai eu la chance de pouvoir enrichir ma vie professionnelle grâce à ma vie personnelle, et réciproquement. La posture d'un entrepreneur n'est pas, tous les jours, facile et l'on trouve son énergie au sein de sa famille. Cet équilibre, le fait que ces deux univers se nourrissent mutuellement, me permet d'avoir une vie qui, globalement, est motivante. Par exemple, une collaboratrice qui tombe enceinte n'est juste pas un sujet ! Cela se gère et s'organise donc ce n'est, pour moi, pas un problème. C'est cette idée que j'ai envie de partager avec mes enfants comme avec mes collaborateurs. Je clame, haut et fort, cet enrichissement mutuel entre ces deux mondes, qui m'a permis de faire des choix, non pas de carrière, mais d'équilibre de vie, où je fais passer ma famille en priorité.

### **VOUS QUITTEZ, FIN 2011, AUFEMININ POUR ENSUITE VOUS TOURNER VERS LE MARCHÉ DE L'ÉDUCATION SUR LE NUMÉRIQUE EN PRENANT LA DIRECTION DE MAXICOURS. POURQUOI CE CHOIX ?**

J'étais à 200 % dans le développement du groupe. À un moment, j'ai eu envie de me recentrer sur moi et l'entrepreneuriat me titillait. Je voyais les autres partir avec leurs projets alors que, de mon côté, j'avais plein d'idées et l'envie de les développer. Je percevais, par exemple, une opportunité dans le secteur de l'éducation et de la formation sur le numérique. Je nourrissais ainsi une certaine forme de frustration. J'étais également dans un milieu très cadré et détenais l'envie de reprendre ma liberté d'action comme celle de parole. Tout cela a précipité ma volonté de partir vers d'autres aventures et m'a conduite à la direction de Maxicours, un soutien scolaire en ligne développé par Benjamin-Patrice Magnard, pionniers du web. L'objectif est d'aider les enfants en cartographiant ce qu'ils savent et ce qu'ils ne savent pas pour accélérer leur montée en compétences, ce qui renvoie à cette notion de mesure des savoirs.

### **MIS À PART LE DIGITAL, QUELLE EST, SELON VOUS, LA TENDANCE DU MOMENT ?**

Dans une société robotisée, ce qui m'interpelle, c'est la place de l'humain. L'enjeu reste de savoir comment

repenser sa singularité, ce qui fait qu'il est irremplaçable. Quand on parle de compétences, il y a celles techniques mais aussi celles issues du savoir-être. Cela consiste à se montrer agile et non pas à se cantonner à son métier tel qu'il est mais à réfléchir à ce que pourrait être le métier de demain. Anticiper ses compétences, par exemple, demeure un point qui m'interpelle et où je vois une grande effervescence au vu du nombre d'acteurs qui se penchent sur le sujet. La fulgurance des innovations démontre d'ailleurs son caractère bouillonnant. Si je pouvais faire passer un message, je dirais que l'entrepreneuriat est une course de longue haleine. L'enjeu est de savoir surmonter les obstacles auxquels on est confronté. Comme un marathonien, un bon entrepreneur est celui qui possède un mental d'acier qui lui permet de transformer les difficultés en opportunités. Il reste encore tellement de choses à faire et plus le temps passe, plus je crois en cet esprit entrepreneurial, qu'il faut sans cesse cultiver.

### **CES DERNIERS MOIS, VOUS VOUS ÊTES FAITE RELATIVEMENT DISCRÈTE DANS LES MÉDIAS... DOIT-ON Y VOIR LÀ UN ENJEU STRATÉGIQUE POUR FAIRE VOTRE « COME-BACK » AVEC UN NOUVEAU PROJET ?**

Communiquer pour communiquer ne fait pas partie de ma manière de voir les choses. Nous avons démarré Alternative Digitale en 2014 et lancer un projet de cette envergure nécessite de se concentrer sur son aspect innovant. Depuis quatre ans, avec mon associé Pierre Mathieu, nous collaborons avec de grands laboratoires issus du monde entier, avons développé une technologie qui nous est propre, travaillons avec des grands comptes provenant de secteurs radicalement différents tels qu'Orange, Air France, Pôle emploi, France Télévisions... Ces éléments nous ont permis de confirmer notre modèle économique, de valider la pertinence du besoin mais aussi d'acquérir de la Data. Et, en tant que chef d'entreprise, on ne peut pas tout faire. Mon premier objectif reste de me concentrer sur le développement de l'entreprise ainsi que sur ses fondamentaux. C'est pourquoi j'ai refusé de communiquer avant cette date. Aujourd'hui, je pense que le timing est bon. Nous sommes passés d'une vision à un vrai projet, qui correspond à un réel besoin du marché : celui de la transformation digitale des entreprises. Il s'agit d'un sujet d'urgence. Le secteur industriel devrait investir près de 900 milliards d'euros dans le monde entier, selon les chiffres annoncés. Le fait d'être reconnu par le Ministère du Travail et d'être éligible au CPF (Compte Personnel de Formation, ndlr) nous permet, en plus de cela, de nous adresser à toutes les entreprises. ●

# LA TRANSITION ENTREPRENEURIALE COMME GÉNÉRATEUR DE TENDANCES

**De la même façon qu'on parle de transition écologique ou énergétique, celle entrepreneuriale occupe une place de choix dans notre société.** Plus qu'une tendance, il s'agit d'un véritable phénomène qui envahit progressivement le territoire et implique de nouveaux enjeux. État des lieux de l'entrepreneuriat en France.

**C**haque année, plus de 550 000 entreprises voient le jour, contre 216 000 il y a dix-huit ans. À l'occasion de sa 19<sup>ème</sup> édition, le Salon SME (ex Salon des Micro-Entreprises) a publié une étude pour mieux comprendre la manière dont les Français intègrent l'entrepreneuriat dans leur trajectoire professionnelle (voir l'infographie p.30-31, ndlr). Les résultats de l'enquête révèlent, pour la France, une véritable transition entrepreneuriale, comme le définit le président du Salon, Alain Bosetti. Mais de quoi s'agit-il au juste ?

## VERS UNE SOCIÉTÉ D'INDÉPENDANTS ET D'ENTREPRENEURS

Concrètement, la transition entrepreneuriale renvoie à une évolution progressive d'une société de salariés en CDI vers une société d'indépendants et d'entrepreneurs. En clair, le mouvement inverse de celui initié au XIX<sup>ème</sup> siècle par la révolution industrielle, où les moyens de production techniques et humains, ainsi que les capitaux restaient très concentrés. Deux siècles plus tard, les Français n'hésitent pas, pour beaucoup, à inclure l'entrepreneuriat dans leur trajectoire professionnelle, de manière permanente ou temporaire, en activité principale ou secondaire. La société étant en pleine mutation, le phénomène prend, progressivement, de l'ampleur ces dernières années. Ce glissement progressif devrait, en effet, s'accroître du fait de la démocratisation de la création d'entreprise, jugée tabou il y a quelques années, et des



opportunités liées au web ainsi qu'à l'innovation. Mais surtout, le désir d'indépendance et de liberté hantent de plus en plus de Français. S'il est semé d'embûches, l'entrepreneuriat demeure, avant tout, l'occasion de vivre de sa passion voire, qui sait, de changer le monde...

## UN ACCÈS À LA CRÉATION D'ENTREPRISE DÉMOCRATISÉ

15 % de la population sont ou ont déjà été entrepreneurs, selon l'étude menée par l'institut Creatests pour le compte du Salon SME (réalisée sur internet en juin et juillet 2017 auprès de 2 071 Français âgés de 18 à 65 ans et résidant en France

métropolitaine, ndlr). « *Si on ramène ce chiffre à la population active globale, cela représente 6 millions de Français qui passent par la case entrepreneuriat au cours de leur trajectoire professionnelle* », explique Alain Bosetti, cofondateur du Salon SME. Parmi ces derniers, 29 % savaient qu'ils entreprendraient à un moment ou à un autre de leur carrière. « *On est en train d'évoluer d'une société de salariés en CDI vers une société d'indépendants et de free-lances, car l'accès à la création d'entreprise se démocratise* », ajoute-t-il. Dans 69 % des cas, une seule activité a été créée alors que, pour les 31 % restants, plusieurs activités de nature entrepreneuriale sont ou ont été exercées tout au long de leur trajectoire professionnelle. Malgré le fait que la gente masculine l'emporte avec 36 % d'hommes qui déclarent avoir eu ou exercer au moins deux activités entrepreneuriales, les femmes adoptent, elles aussi, la tendance avec un taux qui s'élève à 28 %. Alain Bosetti conclut : « *Il est derrière nous le temps où l'on « faisait carrière ». [...] Nous avons tous nos propres trajectoires, que nous souhaitons évidemment piloter nous-mêmes. C'est plus simple quand on est entrepreneur !* ». Il est vrai que nombreux sont les facteurs poussant les Français à se lancer dans l'aventure. Reste à savoir lesquels...

### **CES FACTEURS QUI FAVORISENT L'ENTREPRENEURIAT**

Difficile et enrichissante, l'expérience entrepreneuriale ferait naître chez 40 % des entrepreneurs (ou ex entrepreneurs) un sentiment de fierté, d'après l'étude publiée par le Salon SME. Plus de 50 % s'estiment d'ailleurs prêts à la renouveler sans hésiter, alors que 34 % le referaient peut-être. On enregistre également 81 % des entrepreneurs qui se sont lancés par choix, contre 19 % par obligation afin de se créer leur propre emploi ou de compléter leurs revenus. Si le phénomène de la transition entrepreneuriale ne peut, véritablement, être imposé (tout le monde ne détient pas la volonté ou la capacité à entreprendre), il peut, en revanche, être favorisé. Bon nombre de salariés, fatigués des



**« Si on ramène ce chiffre à la population active globale, cela représente 6 millions de Français qui passent par la case entrepreneuriat au cours de leur trajectoire professionnelle »**

Alain Bosetti  
Cofondateur du  
Salon SME

règles que leur hiérarchie leur impose, émettent l'envie de créer leur boîte. Les relations parfois tumultueuses, vécues au quotidien, avec leur employeur ou le manque de perspectives d'évolution internes semblent les pousser à sauter le pas. Au-delà de ce désir d'autonomie et de cette quête de liberté, ils souhaitent parfois, simplement, pouvoir vivre de leur passion. 74 %, selon l'enquête, auraient créé leur entreprise pour lancer leur propre idée. Entreprendre leur(s) rêve(s) pour ainsi dire, tout en restant maîtres de leur destin. Un autre facteur clé qui pousse bien des Français à devenir entrepreneurs repose, sans doute, sur l'essor du web et des nouvelles technologies. Sources d'opportunités, ils facilitent, entre autres, la mise en relation entre prestataires et prospects / clients. Sur la toile, les plateformes de recrutement favorisent également le développement des indépendants. D'un autre côté, l'assurance-chômage accordée à ces derniers, au même titre que le doublement des plafonds de revenus pour les micro-entrepreneurs ou, tout simplement, le chômage en lui-même, ont aussi fait grimper les chiffres de créations d'entreprise en France. Dernier point : les employeurs ont, aujourd'hui plus qu'avant, du mal à embaucher en CDI, au profit du CDD. Pour cause, les fluctuations du marché qui contraignent les entreprises à faire preuve d'une certaine flexibilité. Les charges patronales étant particulièrement élevées, certains piochent même du côté des indépendants et des micro-entrepreneurs. Et, pour les salariés, l'entrepreneuriat ne serait-il, finalement, pas une alternative au CDD ? « *Franchement, qu'est-ce qui est plus précaire et instable ? Le CDD ou l'entrepreneuriat ? Aujourd'hui, il est plus facile de trouver un client qu'un patron. Et je pense qu'il est beaucoup moins précaire d'avoir cinq clients qu'un employeur !* », s'exclame le président du Salon SME. L'augmentation du nombre d'entrepreneurs ou d'indépendants n'est pas la seule conséquence de cette transition entrepreneuriale. L'émergence de nouvelles tendances se place comme un élément fondamental en matière de création comme de développement d'entreprise. Mais, quelles sont-elles et comment les appréhender ? C'est ce que nous allons tenter de découvrir tout au long de ce dossier. ●

# UN MONDE DE PLUS EN PLUS CONNECTÉ

**Du côté des objets connectés, on ne compte plus le nombre d'innovations qui envahissent petit à petit notre quotidien.** Smartphones, montres, chaussures, lunettes, tee-shirts... La liste est encore longue et ne finit plus de s'agrandir. Difficile parfois de dissocier le réel du virtuel. En attendant, les entreprises sont nombreuses à partir à la conquête de l'« Internet des objets ».

**V**ous l'avez, sans doute, entendu à maintes reprises mais, à l'ère du numérique, le monde devient de plus en plus connecté. L'essor d'internet a bouleversé la transmission de l'information, devenue plus rapide et diffusée à plus large échelle. Le nez trop souvent sur notre Smartphone, tablette ou ordinateur, notre manière de communiquer est tiraillée entre le réel et le virtuel. Portées par l'innovation, les mœurs évoluent, elles aussi, et poussent bon nombre d'entrepreneurs à surfer sur ces tendances. Des concepts novateurs fleurissent alors au sein de l'écosystème entrepreneurial et donnent naissance à de nouvelles formes d'opportunités.

## L'ACCÈS À LA TOILE, PAR TOUS LES MOYENS

94 % : c'est le pourcentage de Français qui possèdent un téléphone mobile, sachant que 73 % sont détenteurs d'un Smartphone (contre seulement 28 % en 2012), d'après l'édition 2017 du baromètre du numérique. Près de 85 % déclarent également être raccordés à internet à leur domicile. Et, pour y accéder, le téléphone se place en tête de liste des outils privilégiés, devant l'ordinateur. Les tablettes seraient, elles, adoptées par 44 % de la population française. Sur le plan professionnel, on recense 54 % d'actifs qui utilisent un ordinateur tous les jours au travail. Quel que soit le mode d'utilisation ou d'accès à internet, le monde devient toujours plus connecté. À l'échelle de l'économie mondiale, la contribution annuelle des objets connectés en 2025 est estimée aux alentours des 11 000 milliards d'euros, selon la référence mondiale du conseil en stratégie, McKinsey. Ce n'est pas pour rien que l'IdO ou l'« Internet des objets » (en anglais, « Internet of Things » ou IoT, ndr) trouve sa place sur le marché

français. Et ça, les entrepreneurs semblent l'avoir bien compris.

## UN MARCHÉ EN PLEINE EFFERVESCENCE

En pleine effervescence, le marché de l'IdO devrait peser plus de 15 milliards d'euros en France en 2020 et conduit de nombreuses jeunes pousses à innover dans le secteur. Qu'il s'agisse du domaine de la domotique, de la santé ou encore de celui des transports, il ne cesse de s'agrandir. La première génération d'objets connectés a, en effet, permis le développement d'autres solutions au sein de marchés verticaux spécifiques. Après les téléphones mobiles et autres gadgets, les maisons deviennent, elles aussi, connectées. Système d'alarme et de vidéosurveillance à distance, tout est fait pour faciliter le quotidien grâce à l'intelligence artificielle. Au-delà de la domotique, des villes toutes entières, appelées aussi « smart cities », tendent à devenir connectées grâce, par exemple, à des applications d'info-traffic en temps réel. Le secteur de la santé, quant à lui, se révèle particulièrement porteur de celui de l'Internet des objets. On aspire, en principe, certes, à vivre plus longtemps mais surtout, en bonne santé. Calculer le nombre de calories brûlées lors d'une promenade avec un tracker d'activité ou vérifier le niveau de la qualité de l'air fait, désormais, partie des possibilités engendrées par l'IdO. Quoi qu'il en soit, une chose est sûre, selon plusieurs analystes : le nombre des objets connectés va augmenter de façon exponentielle.

## LA RÉALITÉ VIRTUELLE, AUGMENTÉE ET MIXTE

Qu'elle soit virtuelle, augmentée ou mixte, cette nouvelle forme de réalité nous immerge dans un monde, pour ainsi dire, intégralement



connecté. La première forme plonge son utilisateur, grâce à un casque connecté, dans une scène qu'il croit réelle. Le concept est simple : un ordinateur projette des images animées pour lesquelles les changements, calculés en temps réel, dépendent des actions de l'utilisateur. La réalité augmentée (RA), quant à elle, part d'une image réelle et se voit complétée de façon instantanée par des données affichées et issues d'un ordinateur. Se rapprochant le plus possible de la réalité, celle augmentée repose sur l'utilisation du réel. Reste la réalité mixte. Moins connue, elle combine à la fois la réalité virtuelle (RV) et celle augmentée. Des informations digitales se superposent alors sur l'environnement et peuvent faire apparaître des éléments vivants. En haut du classement des secteurs concernés par la RV, hormis celui des jeux vidéo, on retrouve l'éducation, le médical et le militaire. En ce qui concerne la RA et la réalité mixte, les secteurs touchés sont plus larges et s'étendent, par exemple, à celui du loisir, de l'automobile ou encore de l'aérospatiale.

### ENTRE UTILISATION ET SÉCURISATION DES DONNÉES

Le secteur de l'Internet des objets séduit de plus en plus de monde. Seul hic : la sécurisation des données. Si les failles de sécurité sont, progressivement, comblées (bien que pas toujours), les données collectées comme celles issues du web sont, pour beaucoup, converties en informations détaillées (on parle de « data analytics »). Ceci afin de favoriser la prise de décision et l'amélioration des services. Bien que la plupart ne soient pas partagées par les différents fournisseurs de service, ces silos de données sont de plus en plus prisés par les nouveaux acteurs du marché qui tendent de le monétiser. Des géants comme Google génèrent la majeure partie de leurs revenus via l'utilisation des données personnelles (publicités en ligne...). D'autres, utilisent la conception d'objets comme pour l'Apple Watch d'Apple. Les entreprises le savent, le partage des données constitue un véritable catalyseur pour le marché de l'IoT. ●

# LES ROBOTS REMPLENERONT-ILS LES HUMAINS ?



**De plus en plus performants, les robots intriguent autant qu'ils inquiètent.**

**Drones, véhicules autonomes, humanoïdes...** Quels qu'ils soient, leurs progrès fulgurants enthousiasment certains qui voient en eux le moyen d'améliorer la productivité, tout en maîtrisant les coûts. D'autres, plus réticents face à la puissance, jusqu'alors méconnue, de l'intelligence artificielle, avertissent du risque de licenciements et de chômage de masse.

**C**es dernières années, les robots ont débarqué en masse sur notre belle Planète bleue. L'intelligence artificielle les rend de plus en plus performants et puissants, parfois presque malgré nous. Difficile de rivaliser quand on sait que notre mémoire reste faillible alors que la leur, dont on ne connaît pas encore les limites, peut être sauvegardée sur un disque dur. Capables de travailler sans faire de pauses et ne réclamant pas de congés payés, les robots présentent l'avantage, non-négligeable en temps de crise, d'une meilleure productivité et d'un coût maîtrisé. À l'aube d'une mutation technologique, où tout devient automatisé,

certains en viennent à se poser la question de l'impact sur l'emploi. Conçus par des humains, les robots ne pourraient-ils, finalement, pas les remplacer et être à l'origine de licenciements économiques ? Selon des chercheurs, il ne resterait que quarante-cinq ans avant que les machines ne nous remplacent.

## **LES ROBOTS, DES MACHINES POLYVALENTES**

La notion de « robots » renferme plusieurs typologies aux fonctions distinctes. Leur principal point commun réside, sans doute, dans l'utilisation de l'intelligence artificielle. Les premiers types de robots à avoir été conçus et

qui restent, aujourd'hui encore les plus produits, sont ceux industriels. On les trouve, principalement, dans les chaînes de montage notamment dans l'industrie automobile. Utilisés pour fabriquer un grand nombre de produits, il peut s'agir aussi bien de robots d'emballage de nettoyage, de démolition ou encore de surveillance. En lien avec ces derniers, il existe les robots issus du domaine médical. Ces robots se présentent souvent sous forme de bras mécaniques tels que ceux articulés, actionnés par des chirurgiens pour reproduire des gestes en temps réel lors d'opérations. Plus populaires ces dernières années, les robots dits domestiques effectuent de multiples tâches fonctionnelles et pratiques. Hormis les aspirateurs robots, ils peuvent, aussi et tout simplement, servir à nous divertir. Parmi eux, les chiens robots, par exemple, peuvent jouer avec des enfants. Utilisés pour la surveillance dans les airs ou dans la mer, d'autres types de robots servent, eux, le secteur militaire comme les fameux drones, dont certains se destinent au divertissement. Les robots dits explorateurs permettent, quant à eux, de remplacer l'Homme dans certaines situations, plus ou moins dangereuses ou inaccessibles, telles que l'exploration de l'espace.

### **DES HUMANOÏDES AUX ANDROÏDES, IL N'Y A QU'UN PAS**

Dotés de caractéristiques du comportement ou de la morphologie humaine, les robots anthropomorphiques ou « humanoïdes » (qui signifient littéralement « ressemblant à l'humain », ndlr), sont, sans doute, les plus fascinants. En clair, leur apparence générale rappelle celle d'un être humain. Ces robots, souvent pourvus de la bipédie, ne représentent parfois qu'une partie du corps. Spécialisés pour nous remplacer dans une tâche précise et répétitive, ils sont capables de faire ce que seul un humain pouvait faire, avant leur apparition dans notre société. Mais les innovations technologiques vont plus loin. Il existe, désormais, ce qu'on appelle les androïdes. Au delà du fait que l'apparence générale soit semblable à celle d'un être humain, ils désignent ce qui est de forme humaine ou qui, éthologiquement, « ressemble à un Homme ». Vous l'aurez compris, les robots, grâce à l'intelligence artificielle, se rapprochent de plus en plus des humains, prennent leur apparence

et, parfois même, leur poste. Certains en viennent ainsi à estimer les conséquences que ces innovations pourraient avoir sur le long terme. Sans surprise, l'un des enjeux principaux porte sur la question de l'emploi.

### **LA MUTATION TECHNOLOGIQUE, UN DANGER POUR L'EMPLOI ?**

L'essor des robots a tendance à engendrer un mouvement d'automatisation massive du travail. On parle de mutation technologique. Si le but reste que les robots servent la productivité et l'économie, et qu'ils facilitent la vie de leurs utilisateurs, certains s'interrogent : les robots constituent-ils l'avenir de l'Homme ou bien une menace pour l'emploi. Les avis sont partagés. Certes, ces progrès techniques suppriment certains emplois à faible valeur ajoutée, fréquents dans le domaine de l'informatique, au profit de nouveaux qui nécessitent des compétences et qualifications plus spécifiques. Mais, dans le secteur industriel notamment, l'automatisation des tâches pourrait bien, selon certains experts, conduire aux licenciements économiques (ou à des modifications du contrat de travail) et, de fait, au chômage de masse. Le compte à rebours est lancé, d'après certains pronostics : les robots pourront remplacer les traducteurs de langues d'ici 2024, écrire un essai plus ou moins de qualité d'ici 2026, occuper le rôle de vendeurs d'ici 2030 et, d'ici 2061, surpasser les humains pour n'importe quelle tâche... Qui vivra, verra. ●

### **LES INTELLIGENCES ARTIFICIELLES, UN DANGER POSSIBLE.**

Dernièrement, le milliardaire Elon Musk a fait part de sa peur envers les intelligences artificielles (IA). Selon lui, l'évolution de ces technologies pourrait déclencher la troisième Guerre mondiale. Il explique la dangerosité des IA grâce à leur prise de décision sans aucune intervention humaine. Pour le moment, l'engagement de ces « machines » reste encore très limité, mais Elon Musk évoque le fait qu'une IA avec une force de décision pourrait devenir une arme de destruction massive. Mobilisés par les Etats et l'armée, les robots prendraient le dessus comme dans Terminator... N'étant plus à l'abri de l'innovation, des organismes à but non-lucratif se multiplient pour prévenir d'un potentiel danger. C'est le rôle du Future of Life Institute, recevant des donations des plus grands dirigeants pour tenter de préserver une éthique quant à l'évolution de ces machines.



# LE BIG DATA, UNE SOURCE DE DONNÉES ILLIMITÉE

**Combien peuvent, aujourd'hui encore, se vanter de n'avoir laissé aucune trace de ses données personnelles sur le web ?** En cause, les achats réalisés en ligne, les empreintes digitales enregistrées sur les Smartphones, et bien d'autres. La quantité d'informations bancaires, médicales ou même biométriques se multiplie à chaque instant dans le monde entier. Pour les regrouper, une solution : le Big Data.

**L'**explosion du numérique et de ses données quantitatives a contraint les chercheurs à trouver de nouveaux ordres de grandeur. Au programme, recherche, partage, stockage mais aussi analyse de données. De là, est né le Big Data. Mais une fois encore, des inquiétudes quant à la protection des données personnelles se sont fait ressentir... Pour y remédier, la Blockchain ou encore la biométrie ont pris le pas ces dernières années et conduisent un certain nombre d'acteurs à s'y intéresser de plus près.

## QU'EST-CE QUE LE BIG DATA ?

Littéralement, « Big Data » signifie « données massives » ou « mégadonnées ». Popularisée dès 2012, cette notion traduit l'idée que les entreprises sont confrontées à des volumes de données toujours plus importants et à analyser toujours plus rapidement. Si bien qu'un outil classique de gestion de base de données ne serait pas apte à les traiter correctement. Le Big Data, quant à lui, se compose d'une famille d'outils, qui répondent à un triple enjeu : celui des 3V (Volume de données, Variété d'informations et Vitesse à atteindre), selon le

cabinet Gartner. Plus précisément, il se décline en deux familles : les technologies de stockage et celles de traitement ajustées. Les premières sont, particulièrement, portées par le déploiement du Cloud Computing, tandis que les autres concernent le développement de nouvelles bases de données. L'enjeu du Big Data est d'autant plus élevé que le développement des objets connectés a tendance à accroître la quantité de données qu'il renferme. Ces informations proviennent de différentes sources comme les messages ou vidéos postés sur les réseaux sociaux, les enregistrements transactionnels en ligne (achats de produits...) ou encore les signaux de géolocalisation. Les données issues du Big Data peuvent ainsi se révéler de nature privée (données bancaires ou médicales, par exemple). Se pose alors le problème de leur sécurisation.

### **LA BLOCKCHAIN : UN SYSTÈME SÉCURISÉ, SANS INTERMÉDIAIRE**

Face à cette problématique de sécurisation des données à caractère privé, la Blockchain (signifiant littéralement « chaîne de blocs », en français, ndlr), qui favorise la protection à l'anonymat, pourrait bien remplacer le Big Data. Bien que le contrôle d'intégrité ou le chiffrement des données sécurise ces précieuses informations, le besoin de renforcer la sécurité par une approche collaborative se fait de plus en plus sentir. C'est là qu'intervient la Blockchain, une « *technologie de stockage et de transmission d'informations, transparente, sécurisée, et fonctionnant sans organe central de contrôle* », selon le site de Blockchain France. Développée par un inconnu se présentant sous le pseudonyme de Satoshi Nakamoto, cette base de données contient les historiques de l'ensemble des échanges de ses utilisateurs. Puisant son origine dans le Big Data, elle se différencie de ce dernier par un point fondamental : sans intermédiaire, elle n'est partagée que par ses utilisateurs. De quoi en faire un moyen sécurisé. Notez qu'il existe les Blockchains dites publiques, consultables par tous, et celles privées, c'est-à-dire qui ne sont accessibles que par un certain nombre.

### **LE BITCOIN, L'UN DES PETITS DERNIERS DU BIG DATA**

Il serait difficile de parler de Big Data et de Blockchain sans aborder le thème de la

monnaie virtuelle, particulièrement du Bitcoin. Conçu en 2009, le Bitcoin (issu de l'anglais « bit », une unité d'information binaire et de « coin », littéralement, une « pièce de monnaie », en français, ndlr) se caractérise comme un type de monnaie virtuelle. Plus spécifiquement, ce système de paiement n'est autre qu'une forme de crypto-monnaie. Autrement dit, il est utilisable sur un réseau informatique décentralisé, de pair à pair (proche du modèle de réseau informatique client-serveur mais où chaque client est aussi un serveur). Le Bitcoin s'échange sur des plateformes en ligne de personne à personne contre d'autres devises monétaires telles que l'euro ou le dollar. Sur l'année 2017, sa valeur a été multipliée par quinze. Pour cause, une très grande volatilité (sa valeur n'étant pas régulée par une banque centrale), ce qui renvoie au risque de bulle spéculative. Investisseurs, prudence donc.

### **LA BIOMÉTRIE COMME MOYEN D'AUTHENTIFICATION**

Mis à part la Blockchain, d'autres systèmes de sécurité, issus du Big Data, ont vu le jour. C'est le cas de la biométrie. À l'heure de l'iPhone X, qui n'a jamais déverrouillé un Smartphone avec son pouce ou son index ? Ces techniques de reconnaissance digitales, concurrencées désormais par celles faciales, sont permises grâce à la biométrie. Pour entrer dans le détail, sachez qu'il existe deux typologies d'indicateurs biométriques : les caractéristiques morphologiques avec les empreintes digitales ou la reconnaissance faciale, et celles comportementales telles que les gestes ou la reconnaissance vocale. Dans tous les cas, ces techniques biométriques permettent d'identifier une personne. En ce sens, elles constituent des données à caractère personnel. Cette étude quantitative des êtres vivants est alors, principalement, utilisée à des fins d'identification et de contrôle d'accès. Mais n'est-ce, finalement, pas là un paradoxe que de divulguer des données biométriques pour sécuriser d'autres données personnelles ? En attendant, de plus en plus d'entreprises ont recours à l'usage de la biométrie, pour leur propre protection comme pour vendre des produits spécifiques aux consommateurs comme le fait le géant Apple. ●

# QUAND LES TALENTS SE TOURNENT VERS LES ENTREPRISES OÙ IL FAIT BON TRAVAILLER...

**Certains pensaient qu'il ne s'agissait que d'un simple effet de mode.**

Pourtant, la réalité affiche une tendance qui restera dans les mémoires : les nouvelles générations privilégient le bien-être à la notoriété de l'entreprise. Ce ne sont donc plus les grands groupes qui détiennent le monopole mais les lieux où il fait bon vivre, du moins où il fait bon travailler.

**L**es entreprises peinent à conserver leurs talents. S'il y a bien une chose que les salariés semblent avoir compris, c'est que le temps passé au travail au cours d'une vie n'est pas négligeable. Il représente 12 % de notre vie. L'effet babyfoot instauré dans de nombreux grands groupes, qui ne détiennent plus le même pouvoir d'attraction qu'auparavant, ne suffit plus. Les nouvelles générations sont en quête de bien-être et délaissent les entreprises à forte notoriété pour de meilleures conditions de travail. Ces dernières se tournent, désormais, vers d'autres critères comme les valeurs qui respectent la dignité des personnes et leur permettent de développer leur potentiel mais aussi l'ambiance, l'aménagement de leur vie privée, les événements organisés en interne et les activités dites de détente et de jeux. En résumé, là où il fait bon vivre. Les entreprises le savent, pour conserver leurs talents comme pour recruter, elles n'ont d'autres choix que de se plier à la règle.

## L'AMBIANCE COMME CRITÈRE NUMÉRO UN

Aller au travail avec le sourire, tel est le but recherché par bien des salariés. Voilà pourquoi, en tête de liste des critères recherchés par les nouvelles générations, se trouve l'ambiance. Terminés les relations trop strictes et les managers autoritaires. Aujourd'hui, lors d'entretiens, les salariés font particulièrement attention aux locaux, au degré de sympathie comme d'empathie du recruteur, à l'attitude des collaborateurs déjà en poste,...

Rien ne leur échappe, et ce, malgré la crise. Cette quête de la bonne ambiance va même plus loin en incluant des supérieurs hiérarchiques à l'écoute des salariés et reconnaissants pour leur travail. La tenue vestimentaire peut également entrer en ligne de compte. Le « free wear », qui consiste à s'habiller librement afin de pouvoir se sentir bien dans ses baskets, fait, lui aussi, partie des souhaits émis par les nouvelles générations.

## L'AMÉNAGEMENT DE LA VIE PRIVÉE DES SALARIÉS

À l'heure où le télétravail (ou travail à distance, ndlr) entre dans les mœurs professionnelles, pouvoir aménager son emploi du temps est un critère à considérer. Le choix des horaires reste un élément grandement sollicité par les nouvelles générations de salariés. Les horaires libres, à rattacher avec le management par objectifs, parfois même fixés par les salariés eux-mêmes, sont d'autant plus appréciés qu'ils permettent un meilleur équilibre vie professionnelle / vie privée. Certains parents souhaitent, par exemple, pouvoir récupérer leurs enfants à la sortie de l'école et demandent à partir du bureau un peu plus tôt. Le lieu de travail représente, à ce propos, un facteur clé puisque, selon sa localisation, le temps de trajet maison / bureau s'en voit réduit. Les dirigeants se montrent, en ce sens, de plus en plus compréhensifs et autorisent, parfois, leurs salariés à déroger à certaines règles, en termes d'horaires, lorsque les objectifs sont atteints.



### NE PLUS FAIRE LA TÊTE, MAIS LA FÊTE !

On observe bien souvent, au sein de ces entreprises où il fait bon vivre, la mise en place de multiples événements en interne.

Anniversaires, petits-déjeuners ou déjeuners, afterworks, séminaires, pots de départ d'un salarié ou pour fêter une promotion... Les événements organisés en entreprise s'avèrent d'autant plus nombreux que chaque « bonne nouvelle » devient prétexte à faire la fête. Pour les salariés, ces événements constituent l'occasion de pouvoir relâcher le stress et la pression, de créer une certaine cohésion d'équipe mais aussi de se détendre un court instant, avant la reprise du travail quotidien. Autant de raisons pour lesquelles ils deviennent de plus en plus prisés par les nouvelles générations.

### LE BONHEUR EN ENTREPRISE GRÂCE AU BIEN-ÊTRE

Au travail, les activités de type bien-être, dites, en principe, de détente ou de jeux, sont en vogue. Parmi elles, des ateliers de gestion du stress, de massages, du yoga, du sport en entreprise ou encore des salles de jeux vidéo et des escape games, participent à faire le bonheur des salariés. De simples détails comme la présence d'une corbeille de fruits, d'une machine à café ou d'une table de ping-pong peuvent faire la différence. Ces petits plus peuvent d'ailleurs être pris en charge par un CHO (« Chief Happiness Officer », en anglais, qui signifie littéralement « Responsable du bonheur », en français). Retenez que, chaque entreprise, selon sa culture et ses valeurs, est libre de mettre en place ce que bon lui semble. ●

# UN MOUVEMENT ENTREPRENEURIAL PLUS VERT !



## Les entreprises sont nombreuses à devenir « éco-responsables ».

En plus d'être une question d'éthique environnementale, il s'agit également d'un levier stratégique de compétitivité.

Les consommateurs se montrent, en effet, de plus en plus pointilleux sur les conditions dans lesquelles un produit ou service est élaboré.

**L'**ONU a proclamé 2017 comme « l'année internationale du tourisme durable pour le développement ». Une manière d'insister sur la nécessité de se mettre au vert. Dans une logique de développement durable, les éco-innovations constituent un levier stratégique pour les entreprises. Pour elles, s'afficher comme étant « éco-responsables » tend à améliorer leur niveau de compétitivité dans un monde où les ressources deviennent de plus en plus précieuses et l'impact sur la Planète, sujet d'actualité.

sur l'économie. De leur côté, les parties externes, investisseurs comme consommateurs, par exemple, peuvent ainsi bénéficier d'un avis mieux éclairé avant de prendre une décision (apport financier ou achat) concernant l'entreprise en question. Globalement, l'enjeu reste d'opérer une prise de conscience chez tout un chacun afin d'engendrer un impact plus positif sur la Planète (réduction des gaz à effet de serre, protection de l'environnement, amélioration de la qualité des produits...).

## LE LABEL RSE, MARQUE D'ÉCO-RESPONSABILITÉ

La RSE (Responsabilité Sociale ou Sociétale des Entreprises) désigne l'ensemble des actions mises en œuvre par les entreprises pour respecter les principes du développement durable. En France, certaines d'entre elles ont d'ailleurs l'obligation de rédiger un rapport RSE annuel, depuis la loi Grenelle II. Cette obligation concerne les entreprises cotées en bourse, dont le chiffre d'affaires est supérieur à 100 millions d'euros ou qui ont plus de 500 salariés. Mais au-delà d'une obligation, c'est avant tout un engagement. Il a pour but d'améliorer la transparence en permettant aux entreprises de mesurer l'impact de leur activité sur l'environnement, sur la société ainsi que

## NORME ISO 14001 : UNE CERTIFICATION VERTE

Norme la plus utilisée de la famille des ISO (International Standard Organisation) 14 000, la norme **ISO 14 001** reste très convoitée par les entreprises. Elle encadre l'amélioration des pratiques environnementales pour réduire les impacts suite à l'activité de l'entreprise. Cette certification s'obtient grâce à un audit réalisé par un organisme indépendant. Une vérification de la conformité avec la norme s'effectue tous les ans et le renouvellement de cette certification a lieu tous les trois ans. La France s'impose comme l'un des pays les plus respectueux de la norme ISO 14 001, avec la 8<sup>ème</sup> place mondiale en 2015.

### L'ADEME ET L'AFNOR, ACTEURS D'UN MOUVEMENT PLUS RESPONSABLE

Il existe deux instances publiques chargées d'accompagner les entreprises dans leur démarche de développement durable : l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) et l'AFNOR (Association française de normalisation). La première, fondée en 1991, intervient dans les domaines des déchets, de la pollution des sols, des transports, de la qualité de l'air, des nuisances sonores et de la qualité environnementale. L'ADEME peut aussi bien conseiller, expertiser, financer que proposer des formations ou des actions de sensibilisation. Créée en 1926, l'AFNOR, quant à elle, représente la France auprès de l'Organisation internationale de normalisation (ISO) et du Comité européen de normalisation (CEN). Pour un consommateur, elle atteste qu'un produit est bien conforme aux normes de qualité imposées. Une certification qui fait la différence chez certaines entreprises, qui n'hésitent pas à s'en servir dans une logique concurrentielle.

### L'ÉCO-INNOVATION, AU SERVICE DE TOUS

L'éco-innovation sert aussi bien les entreprises que les consommateurs puisqu'elle s'intègre dans une logique de croissance verte et de respect de l'environnement. Simplement, les éco-innovations désignent toutes formes d'innovation favorisant les progrès environnementaux. Ces derniers peuvent se matérialiser de diverses manières comme par la réduction d'impacts néfastes sur l'environnement ou par une utilisation plus efficace et plus responsable des ressources naturelles. On observe que de plus en plus de consommateurs privilégient les produits ou services issus de l'éco-innovation. Dans la continuité des villes où le vélo est mis à l'honneur, pour tenter de réduire leur niveau de pollution, les voitures électriques deviennent, par exemple, de plus en plus en vogue. Une fois encore, l'éco-innovation constitue un levier stratégique de compétitivité des entreprises. Par souci de crédibilité, ces dernières vont même jusqu'à le revendiquer clairement dans leurs valeurs. ●

**small iz**  
beautiful

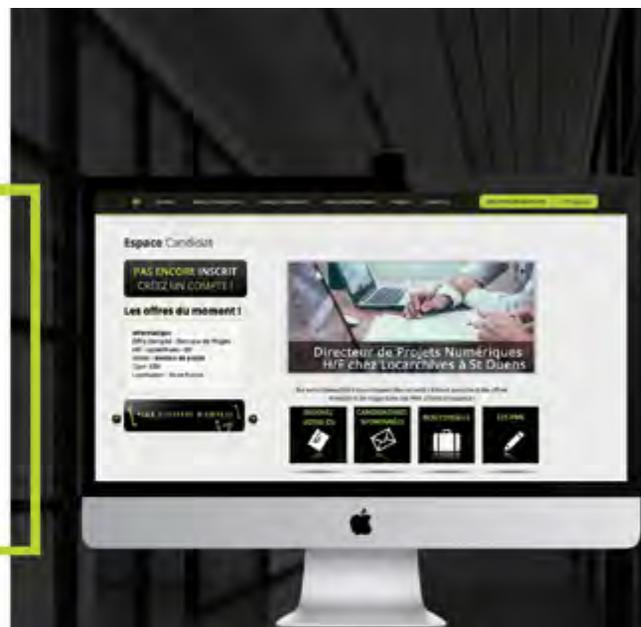
**TALENT PLACE** des champions cachés pour un complément de visibilité qui fait la différence...  
... auprès des candidats qui la font déjà !

PME en croissance  
Start-up  
Recrutement  
Cadres  
CDI  
Stage

**L' AVENTURE COMMENCE  
DÈS VOTRE 1<sup>ÈRE</sup> ANNONCE !**

-10% sur votre 1<sup>ère</sup> souscription avant le 20/12/2017

+33 7 60 46 36 98    jtalent@smallizbeautiful.fr



Après 8 années de développement [www.smallizbeautiful.fr](http://www.smallizbeautiful.fr) le leader de l'annonce spécialisée auprès des entrepreneurs en croissance fait peau neuve !

# LE PARTICIPATIF, VÉRITABLE LEVIER POUR LES ENTREPRISES

**Le participatif a ouvert une nouvelle voie de financement aux entreprises.**

Plus besoin de passer par les banques ou d'enclencher le traditionnel processus de la levée de fonds. Grâce aux plateformes de financement participatif, les entreprises peuvent obtenir un apport financier directement en ligne, depuis leur ordinateur.

**D**emander un prêt à sa banque n'est pas toujours chose facile. De nombreuses entreprises en ont déjà fait les frais. Pas évident non plus de convaincre des investisseurs et réaliser une levée de fonds. Mais alors, comment et où trouver un apport financier ? La réponse était là, sous leurs yeux ou plutôt, sur leur écran. Grâce au participatif, il est désormais possible de trouver un financement en ligne, sur des plateformes dédiées. Crowdfunding, crowdlending ou equity... Plus qu'une révolution, ces modes de financement affichent une réelle tendance à suivre.

## LE CROWDFUNDING OU FINANCEMENT PARTICIPATIF

La notion de crowdfunding désigne, en réalité, le principe même du financement participatif (« crowd » signifie la « foule » et « funding », le « financement », soit le « financement par la foule », ndr). Ce mécanisme permet de collecter des apports financiers au moyen d'une plateforme web, qui occupe le rôle d'intermédiaire. Le but étant, bien entendu, de financer un projet. D'un côté se trouvent les investisseurs et de l'autre, le porteur de projet. Si le montant investi par chacun des investisseurs varie, les modalités de financement participatif fluctuent elles aussi. On distingue alors trois types de financement participatif : le don (avec ou sans contrepartie) ; le prêt ; ainsi que l'investissement en capital.

## SE FINANCER GRÂCE AU PRÊT AVEC LE CROWDLENDING

Déoulant du principe du crowdfunding, le crowdlending se présente comme l'une des formes de financement participatif possibles. Il

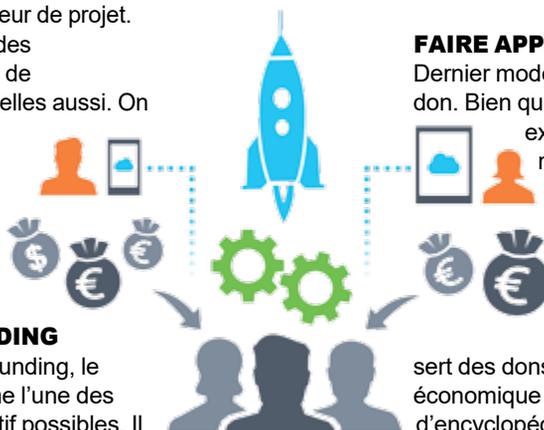
permet à un porteur de projet de se financer par le prêt. Deux typologies de crowdlending existent : le P2P lending et le P2B lending. Dans le premier cas, il est question de prêts accordés à un particulier par d'autres particuliers. Pour ce qui concerne le P2B lending, celui-ci fait, quant à lui, référence à une entreprise qui se voit accordée des prêts par des particuliers. Quoi qu'il en soit, une rémunération sous la forme d'intérêts est, bien souvent, attendue par les prêteurs.

## L'EQUITY : L'INVESTISSEMENT EN CAPITAL

Autre forme du crowdfunding, l'equity permet à des investisseurs de rentrer au capital d'une société et d'en devenir actionnaires. Notez que, si vous souhaitez recourir à ce type de financement, les investisseurs en question disposeront alors d'un droit de vote et de regard sur votre activité, voire d'un éventuel droit de dividendes. Du côté de ces derniers, qui optent souvent pour soutenir les TPE et PME, ils bénéficient, souvent, d'un taux de rendement élevé mais prennent un risque d'autant plus important.

## FAIRE APPEL AUX DONS

Dernier mode de financement participatif, le don. Bien qu'une contrepartie puisse être exigée par les donateurs, celle-ci reste minimale pour le porteur de projet. Le principe du don demeure de faire appel au bon cœur des personnes pour faire vivre un projet et donner naissance à une entreprise. Le site Wikipédia, par exemple, se sert des dons pour faire perdurer son modèle économique et continuer d'élargir son projet d'encyclopédie universelle et multilingue. ●



# CES SECTEURS PORTEURS POUR L'ANNÉE 2018

**Pour clôturer ce dossier, Dynamique Entrepreneuriale vous propose, en ce début d'année, un petit tour d'horizon des secteurs porteurs en 2018.** Si notre liste n'est pas exhaustive, cet aperçu des secteurs où il fait bon d'entreprendre devrait, d'ores-et-déjà, vous donner quelques idées.



## FINTECH, FOODTECH ET AUTRES « -TECH' »

D'une manière générale, toutes les alternatives aux modes traditionnels de financement comme le participatif constituent un secteur porteur et viennent concurrencer les banques. Au-delà de la FinTech (« Fin » pour « Finances » et « Tech » pour « Technologie », ndr), qui consiste à utiliser la technologie pour repenser les services financiers et bancaires, la FoodTech (« Food » pour « aliment » et « Tech » pour « Technologie », ndr) a, elle aussi, le vent en poupe. Les restaurants comme les consommateurs n'hésitent pas à se tourner vers les services de livraison comme Allo Resto ou UberEATS. Une tendance à suivre donc !



## LA SÉCURITÉ INFORMATIQUE OU CYBER-SÉCURITÉ

On ne le dira jamais assez, le Big Data n'est pas sans faille. Le partage des données à caractère personnel

sur la toile se faisant de plus en plus fréquemment, les risques liés à l'insécurité informatique remontent dans les débats actuels. Les cyber-attaques ont touché plus d'une entreprise ces dernières années et les pirates ne semblent pas prêts à lâcher l'affaire. Conséquence : le marché de la cyber-sécurité est, aujourd'hui, estimé à près de 22 milliards de dollars, selon le cabinet Gartner.



## LES OBJETS CONNECTÉS, L'AVENIR DU BIG DATA

Le marché de l'internet des objets (IdO) (comme on l'a vu précédemment) n'en finit plus de s'élargir ! Le phénomène, engendré par le Big Data, a envahi le Globe. D'ici les cinq prochaines années, il devrait y avoir plus de 50 milliards d'objets connectés partout dans le monde. En ce sens, se lancer dans la conception ou même dans la revente d'objets connectés comme ceux issus de la domotique fait partie des bonnes idées à appliquer en 2018.



## LE MARCHÉ DES DRONES S'ENVOLE

En lien avec le secteur des objets connectés, d'ici cinq ans, celui des drones pourrait créer plus de 15 000 emplois en France. Qu'il soit question de drones de loisir, militaires ou encore destinés à l'agriculture, le marché reste à envisager pour tous ceux qui souhaitent se lancer dans la création d'entreprise.



## LE « POPY-BOOM », À L'ORIGINE DE LA « SILVER ÉCONOMY »

Appelée aussi « marché des seniors », la silver economy se place comme une tendance à ne pas louper en 2018. Concrètement, elle regroupe les personnes âgées de plus de 60 ans, à la retraite ou encore en activité. Après le baby-boom, le popy-boom : la population étant vieillissante, les personnes âgées se révèlent de plus en plus nombreuses et nécessitent certains services spécifiques comme ceux liés aux soins ou à l'alimentation. Vous savez, désormais, ce qu'il vous reste à faire alors, n'hésitez plus et surfez sur ces nouvelles tendances entrepreneuriales ! ●

# LES ENTREPRISES VERTES PORTÉES VERS L'AVENIR

**Au mois de novembre 2017, 117 dirigeants d'entreprises ont déclaré s'engager pour « une véritable transition écologique » dans un manifeste.** Venant de tous les secteurs, ils ont souhaité divulguer publiquement leur engagement pour sensibiliser à l'urgence de protéger la Planète. Les entreprises vertes se tournent alors vers l'avenir en alliant écologie, stratégie de compétitivité et innovation.

**D**eux ans après la COP21, les acteurs de l'environnement tentent de se mobiliser pour la protection de la Planète. Tous les secteurs sont concernés. Depuis quatre ans, les entreprises vertes se distinguent au sein du marché économique. Conscientes de l'enjeu, elles se veulent éco-responsables afin de réduire leur impact sur l'environnement et assurer une continuité avec les actions environnementales. Pour y parvenir, les entreprises prennent en compte leurs propres impacts environnementaux dans leurs prises de décision. L'éco-responsabilité, s'applique selon le type d'entreprise. Certaines font de la réduction d'impacts environnementaux, leur activité, comme celles de panneaux photovoltaïques, d'éoliennes, de réduction de déchets. D'autres dont l'activité n'est pas tournée vers l'environnement, mais dont les actions ont un comportement éco-responsable. Ces entreprises prêtent attention à leur consommation d'énergie, à la réduction de leurs déchets ainsi qu'à leurs émissions de CO2... Leur objectif reste de contrôler et de gérer leurs propres ressources. Cette décision ne nécessite pas d'aménagements spécifiques, l'éco-responsabilité se fait au travers de gestes simples et d'habitudes à adopter. Les entreprises se démarquent sur le marché et s'inscrivent dans une tendance verte grâce à une demande de la part des consommateurs. Ces derniers se révèlent être attentifs aux impacts environnementaux de leurs produits / services. Cette préoccupation de l'environnement engendre alors un

engagement de la part des acteurs ainsi que de l'innovation chez les entrepreneurs. Si trop souvent, la transition écologique est synonyme d'un coût élevé pour les sociétés, des aides existent pour financer ce changement qui, sur le long terme, ne peut être que, fructueux.

### **DES AIDES POUR UNE TRANSITION ÉCOLOGIQUE**

Pour suivre ce mouvement éco-responsable, de nombreuses aides sont disponibles. La RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) s'inscrit dans une politique de développement durable qui met en exergue l'économie, le social et l'environnemental. Une plateforme dédiée à ce concept a été installée en 2013 sur Internet. Elle conseille les entreprises et les informe sur les mises en œuvre gouvernementales relatives aux actions du développement durable. Pour se rendre compte de son impact sur l'environnement, la plateforme propose une simulation de l'ACV (Analyse de Cycle de Vie) afin de quantifier ce dernier. Les entreprises peuvent également solliciter l'aide de deux instances publiques : l'ADEME et l'AFNOR. L'ADEME (L'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) s'occupe de réaliser des expertises et de donner des conseils conduisant les entreprises vers une politique éco-responsable. L'AFNOR, quant à elle, délivre des certifications et des labels pour attester de la véracité de la transition écologique d'une entreprise. Ces normes sont basées sur des critères précis. L'AFNOR



délivre deux labels pour les entreprises en fonction de leur impact sur l'environnement, l'Ecolabel européen ou encore le NF environnement. Ces labels sont l'assurance pour le consommateur qu'il s'agit bien d'une entreprise verte. Par une politique de sensibilisation et d'action en faveur de l'environnement, les entreprises se distinguent. En France, la loi n'oblige pas les entreprises à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre ou à répondre à des critères précis, les grandes entreprises ont une obligation d'information envers le public. Cette obligation de reporting s'inscrit dans la loi Grenelle 2 datant de 2010. Elle s'adresse aux entreprises ayant un montant net de chiffre d'affaires supérieur ou égal à 100 millions d'euros ou ayant au minimum 500 salariés. Les normes ont déjà permis de certifier 38 000 produits en Europe dont 4 500 en France.

### UNE PRATIQUE EN PLEIN ESSOR

Le concept de croissance verte consiste à faire de la contrainte de la transition écologique, une opportunité économique et entrepreneuriale. Les contraintes écologiques permettent à une entreprise d'obtenir une meilleure compétitivité sur le marché. Cette démarche environnementale permet de valoriser leur image auprès des consommateurs qui sont de plus en plus nombreux à être concernés par le changement climatique. La politique RSE au sein d'une entreprise permet d'ailleurs de réduire les coûts sur le long terme. La compétitivité des entreprises, quant à elle, grâce à ces actions occupe une position dominante. Faire des économies, par exemple, réduire les déplacements et privilégier la visioconférence, contribue au respect de la Planète. Des actions comme celles-ci donnent rapidement lieu à un gain de temps et d'argent.

La croissance verte va se développer durant les prochaines années pour créer des entreprises de plus en plus compétitives. Dans une étude du groupe de relations presses Shelton, 70 % des jeunes disent ainsi que les bonnes pratiques environnementales d'une firme influencent leur décision d'achat. La nouvelle génération dresse le constat d'un monde en changement qui nécessite des efforts de la part de ces acteurs. Développer une entreprise verte peut être, de ces acteurs certes, une valeur ajoutée pour son image externe, mais aussi en interne pour ses salariés. Selon un rapport de l'université américaine UCLA, les salariés d'une entreprise verte seraient plus productifs dans leur travail. Ils sont plus motivés et bénéficient de meilleures relations interpersonnelles. Par les nouvelles idées qui circulent au sein de notre société, il est évident qu'une entreprise respectueuse de l'environnement sera plus sollicitée par des talents qui voudront intégrer leurs équipes. Sur le long terme, elle devrait d'ailleurs se révéler pérenne qu'une firme polluante sanctionnée par les gouvernements et le public. Adopter une attitude « green » participe donc à améliorer ses performances pour un enjeu de plus forte compétitivité.

## **L'ÉCO-RESPONSABILITÉ COMME MARQUE DE DIFFÉRENCIATION**

Des entreprises renommées en France ont souhaité investir dans le concept d'éco-responsabilité. La célèbre banque de la Société Générale a lancé son programme neutralité carbone en 2007 et a réduit ses émissions de CO2 depuis en imposant une taxe carbone interne. Elle consiste à taxer les métiers au sein du groupe en fonction de leur consommation de CO2, à raison de 10 euros la tonne. Cette politique rapportant de l'argent au groupe a ensuite permis de financer des initiatives écologiques au sein de l'entreprise. La Société Générale est une des premières entreprises vertes en France puisque son action date d'il y a plus de dix ans. Grâce à elle, le groupe a réalisé 95 millions d'euros d'économies et 38 000 tonnes de CO2 ont pu être évitées. Cet exemple, permet d'établir la corrélation entre l'essor de ces pratiques et le gain économique engendré. Contrairement aux idées reçues, pratiquer une politique éco-responsable n'est pas une perte économique pour une

entreprise. Investir dans de telles pratiques peut s'avérer compliqué financièrement, mais engendre une rentabilité sur le long terme.

## **INVESTIR DANS LES ÉCO-INNOVATIONS**

Les éco-innovations en sont la preuve, elles ont réussi à jouer de leur côté « fair trade » et ont su convaincre. Depuis plusieurs années, les marques de voiture se lancent dans l'électrique en France comme à l'étranger. La marque américaine Tesla s'est démarquée ces dernières années grâce à la production de berlines électriques. Elon Musk a su comprendre et séduire les consommateurs et la marque a le vent en poupe. Plusieurs secteurs sont concernés par cette expansion. Le secteur des énergies renouvelables est en plein essor. Il tente de supprimer les émissions de gaz à effet de serre mais le marché des énergies fossiles avec ses taux très bas ralentit sa progression. Cette réalité économique peut en effet freiner les entreprises à se lancer dans l'éco-responsabilité. La transition écologique en est à ses débuts et le marché des éco-innovations demeure en pleine expansion et devrait devenir une priorité d'ici 2020.

## **DES ABUS À RÉGULER**

Certaines entreprises l'ont bien compris et en abusent. Cette politique desservira leur image sur le long terme. Celles-ci par souci de communication profitent d'éco-label sans pour autant être éco-responsables. Appelée «green-washing», cette pratique malhonnête auprès des consommateurs semble courante. À Mexico City, par exemple, un nouvel aéroport tente d'être réputé comme neutre en carbone ! Un détail qui n'impacte pas forcément le marché mais qui peut briser la confiance avec le consommateur. Pour favoriser les entreprises innovantes autour des énergies renouvelables, l'entreprise ENGIE a lancé des appels à projet avec son site ENGIE Lab.

## **UN MARCHÉ PORTÉ PAR LES INVESTISSEMENTS**

Ce marché en évolution se multiplie que les fonds d'investissement. En 2016, pour un total de 934 millions d'euros, 114 investissements ont été dénombrés en France. Les entreprises concernant les énergies renouvelables sont à l'origine de 800 000 emplois en France et ce chiffre s'élève à 8 millions à l'international. Au sein des entreprises vertes tout le monde

s'engage, des investisseurs aux salariés en passant par les dirigeants. Dans le secteur des éco-innovations, les investissements sont réguliers. Des placements éco-responsables sont possibles grâce à l'ISR (l'Investissement Socialement Responsable). Il consiste à financer des entreprises et des concepts innovants dans le cadre du développement durable. Il représente une solution permettant à des entrepreneurs de se lancer sur le marché des éco-innovations. L'approche de cette démarche est dite « exclusive », c'est-à-dire qu'elle se focalise sur des secteurs permettant une politique sociale et environnementale. Les secteurs du tabac, de l'armement ou encore de la pornographie sont exclus des valeurs du label. Créée par le ministère des Finances, l'ISR est une solution d'épargne sur le long terme aidant les jeunes entreprises dans leurs débuts. Les populations davantage concernées par les impacts environnementaux tentent d'établir des stratégies pour un avenir plus responsable et durable. Cette perspective se développe à toutes les échelles.

## DEVENIR UNE ENTREPRISE VERTE

Passer au vert nécessite parfois des coûts qui peuvent être pris en charge par des aides telles que l'ADEME ou l'AFNOR. Les solutions ou les gestes à adopter pour une entreprise plus verte peuvent être complexes ou très simples. Si l'entreprise ne possède pas de locaux, investir dans des locaux écologiques HQE (Haute Qualité Environnementale) peut se révéler une solution. Ces locaux ont un coût élevé mais qui est très vite rentabilisé par le peu de consommation énergétique. Pour pratiquer la transition verte, sensibiliser les salariés d'une entreprise fait partie des premières étapes. Des gestes simples comme encourager le tri des déchets, limiter les impressions inutiles, développer le déplacement à l'aide de transports non-polluants sont à privilégier pour une visée éco-responsable. Le comportement à adopter doit être en phase avec l'écologie et donc être attentif aux consommations d'énergie et d'eau. Les entreprises vertes ne fonctionnent pas uniquement sur le comportement des salariés, les produits utilisés doivent posséder un éco-label. Le papier ainsi que les produits de nettoyage doivent être respectueux de l'environnement. C'est par ces actions que de nombreuses entreprises ont su se différencier et obtenir une réputation pour leur politique

RSE. L'entreprise la plus réputée au monde en termes de RSE est Google mais en France, en tête du classement, on retrouve Danone, Dior ou encore Super U. Ces entreprises ne sont pas spécialisées dans l'éco-innovation, mais à modifier et respectent des critères précis afin de réduire leur impact sur l'environnement. Elles ne sont pas les seules, ces dernières années de nombreuses éco-innovations ont fait leur preuve sur le marché. En exemple, les Autolib' et les Vélib' des moyens de transport conçus pour le respect de la Planète. Ce type de concept s'est développé dans toutes les grandes villes de France créant un marché de plus en plus vaste et comprenant de nombreuses entreprises.

## PROTÉGER LA PLANÈTE

Éveiller les consciences s'avère nécessaire mais le travail avec les collaborateurs, les fournisseurs et les clients sont la clef de la réussite. La « supply chain », autrement appelée la chaîne logistique, possède un impact considérable et doit être entièrement repensée. Avec le réchauffement climatique, l'innovation permet d'inventer toujours plus de solutions pour sauvegarder la Planète. Les entreprises vertes sont l'avenir de notre monde et chacun doit se sentir concerné. Envisager une transition écologique peut désormais crédibiliser une entreprise et la faire s'épanouir. La gestion des risques environnementaux préoccupe de plus en plus les consommateurs et nécessite de se pencher sur la question. Les entreprises exerçant une activité non-polluante pourront la rendre pérenne. Le gouvernement souhaite la transition énergétique et écologique et donne une priorité à ces entreprises en les valorisant depuis quelques années. Les modes de production et de consommation nuisent à l'environnement, mais les mentalités changent et la pollution ne devrait plus être une fatalité d'ici plusieurs décennies. ●

Plusieurs organismes évaluent l'impact des entreprises sur l'environnement. C'est le cas du CDP (Carbon Disclosure Project). Il évalue les efforts de 3 000 grandes entreprises à travers le monde. Il s'appuie sur trois axes : la réduction des émissions carbone, la consommation d'eau de l'entreprise ainsi que la lutte contre la déforestation.

- 120 entreprises ont réduit leur impact sur le climat
- 74 entreprises ont contrôlé leur consommation d'eau
- 6 entreprises ont lutté contre la déforestation

# LA SOLITUDE DU CHEF D'ENTREPRISE

**Quand j'ai créé mon entreprise, j'ai tout de suite entendu parler de la solitude de l'entrepreneur.** J'avoue n'avoir pas saisi cette notion immédiatement. Au contraire, je me sentais entouré de très nombreuses personnes et en rencontrais quasi-quotidiennement de nouvelles. Il faut dire qu'entre les clients, fournisseurs, amis, membres de ma famille, salariés, associés... Difficile de se sentir seul à mes débuts. Je ne me suis penché sur le sujet que bien plus tard lorsque j'ai ressenti un sentiment de manque.

### LES DÉBUTS DE LA « SOLITUDE »

La première fois que j'ai éprouvé cette émotion fut lors d'une de mes discussions anodines avec l'un de mes amis. J'évoquais le paiement des taxes qui, selon moi, s'avéraient relativement lourdes pour une petite entreprise et affectaient notre fragile trésorerie. Fidèle appui, il tentait tant bien que mal de me soutenir, en ayant entendu parler d'un « problème », sans réellement le comprendre. Une tierce personne intervenait dans notre conversation de café : « *Si les entreprises payent beaucoup de taxes, c'est qu'elles gagnent beaucoup d'argent* ». Un peu ironique quand on sait qu'à cette période l'entreprise n'en gagnait pas assez, que je ne me payais pas pour garder le peu de trésorerie dont nous disposions et que je devais trouver des solutions pour ne pas mettre la clé sous la porte quelques mois plus tard.

### LES ÉVÈNEMENTS QUI SE MULTIPLIENT

Si ce type d'incompréhension, lié à l'absence de connaissances sur l'entrepreneuriat, s'est multiplié avec le temps, j'ai vite compris que la solitude du chef d'entreprise ne se résumait pas aux connaissances métiers ou encore à la fiscalité des entreprises. D'abord et peut-être le plus dur, je rencontrais de nombreux entrepreneurs qui me confiaient ne pas être soutenus par leur famille ou leur conjoint. Ces derniers s'opposaient parfois radicalement à leur décision de monter une entreprise. J'avoue avoir toujours été très admiratif car j'ai encore du mal à comprendre comment on peut résister dans ce cas : une centaine d'heures de travail hebdomadaire, stress du résultat, diminution des revenus... et pression des proches ?



### LE SOUTIEN DES PROCHES FACTEUR ESSENTIEL

C'est lors de notre levée de fonds que j'ai réalisé l'apport essentiel des proches dans l'aventure entrepreneuriale. Nous étions alors soumis à une très forte pression sur objectif. Les ventes augmentaient mais nous devions trouver de l'argent en attendant que le magazine parvienne à un équilibre financier qui était « presque » atteint. Je ne me payais plus, mes comptes personnels étaient vides, ceux de l'entreprise aussi et je recevais régulièrement des appels de ma banquière (qui m'a tout de même bien aidé à l'époque en étant très patiente et arrangeante). Si ma famille me soutenait, ma conjointe de l'époque ne comprenait guère la situation alors que le stress atteignait son paroxysme. Le couple ne s'en est d'ailleurs jamais remis. Mon frère et associé se posait aussi des questions quant à la viabilité de l'aventure, ce qui n'était pas évident. La levée de fonds s'est réalisée et l'entreprise depuis a parcouru bien du chemin.

### UNE SOLITUDE LIÉE À LA FONCTION

Au fur et à mesure que nous avons développé la société, je me suis aperçu que la solitude émanait aussi de la fonction même de dirigeant. Il ne s'agit pas de dire tout ce



qui vous passe par la tête à n'importe qui. Déjà car vous ne devez pas stresser vos collaborateurs qui se donnent à fond pour l'entreprise et qui vous aident à la développer. Il s'agit la plupart du temps, par exemple, de trouver un juste équilibre entre prévention du risque et panique à bord. Difficile également de se confier ou de prendre l'avis sur l'attitude à adopter envers un salarié quand vous parlez à un autre salarié... Et il faut bien se l'avouer, vous pouvez être aussi ouvert que vous le voulez, vous restez

le « chef d'entreprise » pour votre collaborateur et on ne l'en blâmera pas. Au final, que ce soit clients, fournisseurs, salariés voire même vos associés, on ne peut pas discuter de tout avec tout le monde.

### UN BESOIN DE PRENDRE DU RECUL

Autre expression que vous entendez souvent : « *sortir la tête du guidon* » ou encore « *prendre de la hauteur* ». Le chef d'entreprise passe énormément de temps, surtout dans les premières années, à exécuter des tâches opérationnelles variées et à résoudre des problèmes. Il s'avère souvent difficile de prendre le temps de prendre du recul sur la manière dont fonctionne l'entreprise ou encore sur les développements potentiels. Les associés peuvent constituer un remède, à condition d'être eux-mêmes disponibles et qu'ils ne soient pas englués dans leurs priorités. Prendre du temps en même temps qu'eux peut s'avérer compliqué. L'envie peut également ne pas être présente : vous les fréquentez beaucoup, parfois plus que votre famille ou votre conjoint.

### DES SOLUTIONS POUR RÉSOUDRE L'ISOLEMENT

Si l'isolement est une réalité, il demeure loin de représenter une fatalité. Il peut d'abord être rompu en partageant avec d'autres chefs d'entreprise. Au final, ce métier d'entrepreneur reste le même quel que soit votre secteur. Les pratiques et les méthodes varient mais les problématiques sont pour la plupart commune : management, commercial, gestion, communication, financement, production, ... Il demeure clairement rafraîchissant de rencontrer vos pairs qui vous comprennent immédiatement, qui ont souvent connu les mêmes difficultés que vous et sont prêts à vous soutenir. Ceci explique en partie, je pense, le succès des clubs d'entrepreneurs et, en prenant du recul, en partie la raison pour laquelle nous avons décidé de créer le Club Dynamique, celle de retrouver de l'humain, baseline du club. Brisez votre isolement rapporte bien plus que du business... ●



**Nayir CHAMI,**  
Directeur du  
Club Dynamique

Pour atteindre le succès, il faut acquérir de l'expérience. Pour gagner de l'expérience il faut affronter des obstacles et les surmonter, et parfois les contourner. Dans ces périodes difficiles, il est vital de briser l'isolement dans lequel on s'enferme sans s'en rendre compte. Un réseau tel qu'un club d'entrepreneurs permet de dépasser le côté sombre de l'échec en partageant avec d'autres entrepreneurs leurs expériences et en s'enrichissant grâce au dialogue. Comme le dirait Idriss Aberkane, « *imaginez une économie où 1+1=3* ». C'est le résultat de l'économie de la connaissance. Le dialogue et les échanges sont une richesse inépuisable. Échanger des bonnes pratiques, partager ses intuitions, livrer ses doutes et son stress à ses pairs permet de développer une communication humaniste. Peu importe notre taille, notre secteur, nos objectifs, nous parlons la même langue, celle de l'entrepreneuriat. Rejoindre notre Club, c'est apprendre des autres pour grandir et ainsi porter son entreprise au sommet, plus loin qu'on ne l'aurait fait seul.

# PUBLICITÉ JUGÉE RACISTE : LA NOUVELLE SINGERIE D'H&M

**Pour le lancement de sa nouvelle collection, H&M s'offre une publicité qui risque de nuire à sa réputation et qui sera rappelée systématiquement comme un exemple à ne jamais suivre.** A peine mise en ligne, un mouvement de protestation des internautes se fait déjà entendre partagé par de nombreuses stars qui n'ont pas hésité à prendre la parole pour clamer leur indignation. Au cœur de cette polémique : la photo d'un enfant de couleur noire portant un sweat à l'inscription « le singe le plus cool de la jungle ». Une erreur qui aurait pu être évitée !

## QUAND H&M VOIT NOIR

Tout commence par un Tweet de Stephanie Yeboah, une mannequin « plus size », accompagné de la photo. Les réactions négatives s'accumulent à son égard car au premier abord les internautes ne saisissent pas quel est le problème dans la tenue du jeune garçon. Mais en regardant de plus près la photo, l'indignation est partagée. On y voit un jeune garçon noir portant un sweat avec écrit « le singe le plus cool de la jungle ». Stephanie Yeboah souligne le caractère humiliant et discriminant de cette publicité « *Franchement, vous ne saviez pas que marquer singe sur un petit garçon noir était raciste ?* ». La chaîne suédoise de prêt-à-porter a dû faire face à un nombre considérable de réactions hostiles. Quelques heures après, le lundi 8 janvier 2018, la photo était retirée. Il ne reste que la photo du sweat. Le même jour, Europe 1 confirme que l'enseigne présente ses excuses et annonce le retrait de la photo de toutes les chaînes H&M. Un très bon début d'année pour la marque !

## MULTIPLICATION DES RÉACTIONS AVEC CE BAD BUZZ : UNE RÉELLE MALADRESSE OU UNE VRAIE INTENTION ?

A la suite de la diffusion de la photo sur internet via les réseaux sociaux, la polémique d'elle n'a fait que croître. Les internautes y ont tout de suite vu une forme de racisme. Les critiques envers le manque de vigilance de la marque s'enchaînent : « *H&M, ceci est dégoûtant et irresponsable. Vous savez que l'histoire du racisme utilise le terme « singe » pour désigner les noirs africains... et vous osez mettre ça sur votre site !* ». En plus des internautes, des célébrités ont tenu à réagir pour exprimer leur choc, à l'instar de The Weeknd, égérie de la marque : « *Je me suis réveillé choqué et embarrassé par cette photo. Je suis profondément offensé et je ne travaillerai plus avec H&M.* ». Autour de tout ce bad buzz, une question se pose : s'agit-il d'une maladresse ou d'une intention volontaire ? Selon Loïc Chauveau, fondateur de l'agence publicitaire Brand Station, la polémique reste avant tout liée au contexte actuel qui favorise ce type de réaction. La situation de H&M ressortirait plutôt d'une maladresse.

## UNE POLÉMIQUE D'AUTANT PLUS RÉCIDIVISTE.

La marque H&M par la diffusion de cette photo s'est fait remarquer, mais le reste de la présentation de la collection devient douteuse. Un autre enfant blanc portait un t-shirt d'autant plus dénigrant pour son compagnon, ayant eu droit à l'inscription « Expert en survie ». Pour résumer l'un est comparé à un animal et l'autre à un explorateur extrêmement doué. Cette collection fait donc état d'une discrimination entre les deux enfants, portant préjudice à la marque et à son image multiculturelle. L'humoriste Donel Jack'sman a ironisé sur le sujet en pratiquant une transposition aux relations homme/femme permettant de mettre en évidence le racisme de la publicité. « *C'est comme si tu fais une pub avec une femme et tu lui mets un t-shirt la plus belle des chiennes et à côté, tu mets un homme avec un t-shirt le plus grand des éleveurs. Là, il y a un problème !* ». Avec cette blague sexiste, l'humoriste dénonce le racisme de H&M. ●



# UNE BASKET ADIDAS COMME TITRE DE TRANSPORT

**Une innovation sans pareil ! Associer l'utile à l'agréable, c'est le pari risqué de la BVG (Berliner VerkehrsBetrieb), l'entreprise de transports en commun de Berlin.** Elle s'est associée à Adidas pour concevoir des chaussures avec un ticket de métro intégré.

**L**a Basket d'Adidas s'inspire des motifs et couleurs du métro berlinois, nommée la EQT Support 93/17 Berlin, et a suscité un véritable enthousiasme. Ce style original a conquis sans difficultés les plus grands fans de la marque Adidas. La spécificité de ce modèle est qu'il possède un abonnement pour les transports berlinois. Celui-ci valable jusqu'au 31 décembre 2018 a créé l'enthousiasme chez les acheteurs car le prix de la paire défiait toute concurrence et s'élevait à seulement 180 €. Des chaussures très abordables pour la très belle affaire qu'elle permet de réaliser (l'abonnement annuel aux transports en commun de Berlin coûte 728 euros !).

## UNE EXCLUSIVITÉ QUI FAIT LE BUZZ

L'annonce de cette paire exclusive a attiré les fans de la capitale allemande. 500 paires disponibles ont été mises en vente dans deux magasins de Berlin. L'exclusivité de la paire a engendré de longues files d'attente. Pour cette opération la marque allemande en collaboration avec la BVG a même été comparée à Apple. Le directeur principal d'Adidas Original, Till Jagla s'est exprimé sur la collaboration : « *Nous tenons à remercier les fans passionnés d'EQT pour leur fidélité et leur passion pour ce projet. BVG aime Berlin et relie les gens les uns aux autres, ce qui était le point de départ idéal pour cette édition limitée EQT 93/17.* » Cette édition écoulee en à peine une journée a su séduire les fans d'Adidas par l'exclusivité de la paire mais aussi par la rentabilité unique du titre de transport. Une seule paire par personne était délivrée pour laisser une chance à tous !

## UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LA BVG

La réputation du service de transports en commun de Berlin ne fait pas l'unanimité auprès des utilisateurs. L'opération avec Adidas permet de redorer légèrement son blason. Les problèmes de transport sont récurrents à Berlin et les utilisateurs se plaignent régulièrement de l'attente et des retards. Le community manager de la société l'a d'ailleurs bien compris. Il a ironisé en voyant les photos de l'attente suscitée par la paire de chaussures en disant : « *Faire attendre les gens, c'est notre super*



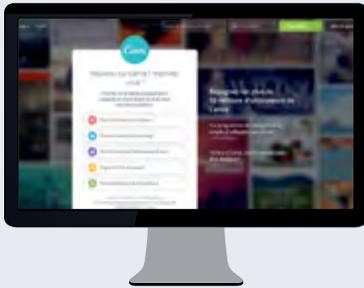
*pouvoir* ». La BVG est habituée aux communications très originales et souvent délirantes. En décembre, la compagnie de transport a invité le groupe U2 à faire un concert sur la ligne de métro U2 (signifie U-Bahn 2). Cette entreprise n'hésite pas à sympathiser et à ironiser avec les voyageurs même mécontents. Sa communication marginale, grâce à son community manager et les clips décalés de ses employés, donne une image plus attrayante de l'entreprise. Quant à la marque Adidas, elle recherche les communications innovantes qui lui permettent de se différencier de ses concurrents.

## ADIDAS, UNE MARQUE EN CONSTANTE PRODUCTION

En s'alliant, les deux entreprises montre qu'une association atypique et décalée a le pouvoir de séduire les consommateurs. Les collaborations d'Adidas sont toujours plus inventives pour satisfaire les clients, dernièrement la marque a annoncé concevoir des paires à l'effigie de Dragon Ball Z. L'euphorie des fans sera sûrement au rendez-vous, tant la saga japonaise possède d'adeptes. La marque Adidas bénéficie d'une large fan base et les éditions collector ont toujours le vent en poupe. L'engouement provoqué par les EQT Support 93/17 Berlin a aussi convaincu les collectionneurs souhaitant se les procurer à tout prix. Les revendeurs l'ont bien compris en achetant la fameuse paire pour la revendre sur la plateforme Ebay. Le prix initial de 180 € s'est envolé, cette paire collector est maintenant disponible aux alentours de 1 500 €. ●

## OUTILS PRATIQUES

Une sélection de solutions innovantes et pratiques pour booster votre business et organiser votre vie perso.



### Canva, pour créer des designs comme un graphiste professionnel

Cette plateforme intuitive permet de créer des visuels pour votre site internet, vos réseaux sociaux, votre logo et encore bien d'autres designs. Des millions d'images, de polices de caractères et d'icônes sont disponibles sur le site pour agrémenter vos projets. La plateforme assure que l'apprentissage nécessite seulement 23 secondes. Cet outil perfectionnera vos présentations, même si vous n'avez pas les qualités d'un graphiste.

 [WWW.CANVA.COM](http://WWW.CANVA.COM)



### Mention, surveiller votre e-réputation

Cet outil réalise une veille sur internet concernant la réputation de votre entreprise. Il repère les conversations ainsi que les posts dans lesquels votre entreprise est évoquée. Il s'étend à toutes les plateformes d'Internet, les sites, les réseaux sociaux, les blogs et les forums. La veille sur le web vous fournit une analyse de votre e-réputation ainsi que celle de vos concurrents et vous aide à gérer les situations de crise. Mention offre l'avantage d'analyser l'impact de vos campagnes et de votre marketing.

 [MENTION.COM/FR](http://MENTION.COM/FR)



### Hotjar, comprendre le visiteur et le satisfaire

Ce logiciel permet de comprendre comment les utilisateurs naviguent sur votre site. L'outil visualise votre interface et analyse les éléments les plus sollicités, les habitudes de clics des visiteurs, ainsi que leur comportement. Ce site intuitif enrichit votre visibilité. Cette solution garantit l'analyse pertinente des pratiques des utilisateurs pour mieux les satisfaire. Hotjar vise à améliorer votre site pour le rendre plus performant. Vous pourrez désormais connaître votre audience et ses goûts.

 [WWW.HOTJAR.COM](http://WWW.HOTJAR.COM)

## MES APPLIS MOBILES PRÉFÉRÉES



**Marie-Laure Amiaud**  
Fondatrice de SWAP  
Informatique



### SHAPR

Un excellent moyen de faire de belles rencontres, qui se sont, par la suite, transformées en clients et partenaires.



### MATTERMOST

Un outil de chat d'entreprise interne pour discuter, instantanément, avec l'ensemble de nos collaborateurs.



### WHATSAPP

Pour échanger simplement, efficacement et discrètement, où que l'on soit !



### GOOGLE MAPS

Un service de cartographie en ligne qui fait partie des classiques mais qui reste très utile pour se repérer.



### GMAIL

Un simple utilitaire mais très pratique pour consulter ses mails à n'importe quel moment de la journée !

**VU SUR DYNAMIQUE-MAG**

Les articles de [www.dynamique-mag.com](http://www.dynamique-mag.com) qui ont cartonné le mois dernier !



**9 conseils pour rester positif au travail**

L'un des facteurs de réussite individuelle au travail demeure notre état d'esprit. Cultiver l'optimisme est déterminant car celui-ci influence votre mental, votre productivité et donc votre efficacité. Aller au travail le sourire aux lèvres et de bonne humeur peut demander de prendre sur soi quand vient le stress. Réussir à trouver une motivation constante demande une détermination sans faille. Un peu d'aide ne peut que vous être bénéfique. Retrouvez les neuf conseils pour rester positif au travail.

[GOO.GL/OU5DTM](http://goo.gl/oU5DtM)



**Comment cibler sa clientèle et choisir son positionnement**

Déterminer sa clientèle fait partie de la première stratégie d'une entreprise. Croire que le produit ou le service est attendu par le consommateur se précipitant pour l'obtenir est une idée trompeuse. C'est grâce à une réflexion approfondie pour mettre en adéquation votre proposition avec les besoins et les moyens de votre clientèle que vous développerez votre chiffre d'affaires. Elle sera le point de départ de votre travail de recherche de prospect et vous fera gagner un temps précieux. Allez suivre ces bons conseils...

[GOO.GL/RFRPGR](http://goo.gl/RFRPGR)



**En 2018, 7 règles pour fidéliser ses clients**

Chacun de vos clients peut devenir une success story, et donc les liens que vous avez tissés deviendront une opportunité pour votre développement. S'il est indispensable de gagner de nouveaux clients pour obtenir une croissance optimum, développer une relation saine sur la base de sa clientèle acquise demande moins d'efforts. Fidéliser ses clients reste nécessaire et posséder les clés peut permettre d'éviter les erreurs. Pourquoi ne pas jeter un coup d'œil à l'article pour trouver les conseils optimums ?

[GOO.GL/HBQoKD](http://goo.gl/HBQoKD)

**QUI SUIVEZ-VOUS SUR TWITTER ?**



**Vincent Marty-Lavauzelle**  
Cofondateur de PayCar



**@JOURNALDUGEEK**

Fan de nouvelles technos, d'écrans plats et de gadgets en tout genre, j'y trouve les dernières actus et nouveautés.



**@MACGENERATION**

L'un des meilleurs sites actu mac, selon moi. Mon cofondateur et CTO, Mike Waldman, m'a fait tester, depuis, je suis full Mac ! MacBook Pro, iPhone, iPad, tout y passe !



**@FOOTMERCATO**

Passionné de foot et moi-même joueur, je suis incollable sur l'économie du foot et des derniers transferts. Une vraie drogue !



**@BRUCEGRANNEC**

Triple champion du monde de football en e-sport (compétitions de jeux vidéo en réseau local, nldr). Il a contribué à faire connaître le monde de FIFA dans cette discipline.



**@MAGAZINECAPITAL**

J'aime leur façon de parler de l'Économie. Je lis le magazine depuis que j'ai 12 ans et les suit, désormais, sur Twitter.

### **FoldiMate : La machine à plier le linge**

**FoldiMate est une innovation promettant de plier le linge de toute la maison !**

Ce robot ressemble à une grosse imprimante et promet un pliage en moins de quatre minutes ainsi qu'une capacité infinie. Le pliage reste tout de même dépendant d'attaches garantissant une bonne insertion dans la machine. Elle convient à des vêtements de taille raisonnable, ceux d'enfant de moins de 6 ans, n'étant pas pris en compte ainsi que les sous-vêtements et les chaussettes. Dotée d'une puissance de 110 à 240 volts, elle pourra être installée dans tous les foyers. Ce robot sera seulement commercialisé fin 2019, pour un prix aux alentours des 830 €. ●



### **Sgnl, téléphoner avec son index** **La société coréenne a présenté son nouvel outil au CES 2018. Un outil composé d'un bracelet et qui fonctionne avec l'index.**

Sgnl est une innovation consistant à produire du son, sous forme de vibrations à l'aide d'un bracelet connecté. Par la position de l'index sur son oreille, l'utilisateur pourra entendre son interlocuteur. Ce phénomène appelé la conduction osseuse transmet le son du bracelet vers l'oreille en passant par l'index. Le bracelet comporte plusieurs fonctionnalités, permettant de prendre l'appel et de régler le volume. Connecté en Bluetooth avec un Smartphone, il s'impose comme un vrai kit mains-libres. Il sera commercialisé à partir du mois de mars pour 122 €. ●





**Havr conçoit une serrure intelligente**

**Nouvelle innovation présentée au CES 2018, la serrure intelligente s'ouvrant à l'aide de la lumière.**

Elle peut convenir à toutes les portes et est garantie comme hautement sécurisée. Cette serrure nécessite l'utilisation d'un smartphone et d'une application. Elle reconnaît le Smartphone et celui-ci lui transmet des signaux lumineux à l'aide du flash. Les signaux transmis sont similaires à un code en morse permettant de déverrouiller la serrure. Cette technologie se différencie de celles à base de radiofréquences (WiFi), évitant les possibilités de hacking. Le lancement de cette serrure intelligente est prévu pour l'automne 2018 et devrait coûter environ 350 €.

**UV Sense : un patch pour contrôler l'exposition au soleil.**

**La Roche Posay, filiale de L'Oréal a développé un capteur qui se porte sur l'ongle du pouce pour contrôler son bronzage.**

Ce capteur connecté à une application possède une visée esthétique et préventive. Faisant deux millimètres d'épaisseur et neuf de diamètre, il analyse la puissance des UV. L'application consiste à conseiller les utilisateurs sur leur exposition au soleil. Elle propose de se mettre à l'ombre ou de mettre de la crème solaire en fonction des UV détectés. Le capteur possède une autonomie de plusieurs semaines et reste très facile à porter grâce à sa taille. L'autonomie du capteur pourra être renouvelée à l'aide de nouveaux adhésifs insérés dans le pack. L'UV Sense sera d'abord commercialisé aux Etats-Unis et se développera à l'échelle mondiale courant 2019 pour une somme avoisinant les 50 \$.



« Je ne m'avoue jamais vaincu.

*J'ai lutté, beaucoup, contre moi-même aussi, pour m'en sortir »*

*Johnny Hallyday*

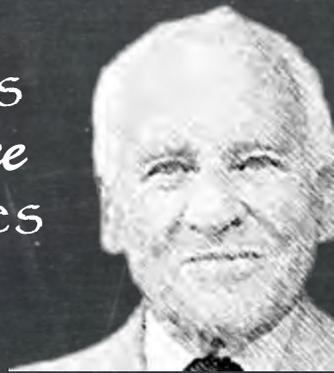


« Une amitié née des affaires vaut mieux qu'une affaire née de l'amitié »

{ *John D. Rockefeller* }

« Il y a des jours, des mois, des années interminables où il ne se passe presque rien. Il y a des minutes et des secondes qui contiennent tout un monde »

*Jean d'Ormesson*



« Rien n'est plus fort qu'une idée dont l'heure est arrivée »

*Victor Hugo*



« On considère le chef d'entreprise comme un homme à abattre, ou une vache à traire. Peu voient en lui le cheval qui tire le char »

*Winston Churchill*

# COMPRENDRE LES PRINCIPALES TENDANCES DE L'ENTREPRENEURIAT



22 €  
198 PAGES

« Être entrepreneur, c'est savoir être optimiste et prendre des risques » **Xavier Niel**  
« Être entrepreneur aujourd'hui, c'est préparer demain » **Frédéric Mazzella**

**EYROLLES** **Dynamique**  
entrepreneuriat

Disponible en librairie et sur [eyrolles.com](http://eyrolles.com)

## VOTRE SOLUTION CIEL DEVIENT SAGE 50c CIEL POUR UNE COMPTABILITÉ ET UNE GESTION SIMPLIFIÉES.

### Gagnez en productivité

Bénéficiez de l'efficacité des outils de bureautique Microsoft Office 365\*\*.

### Travaillez en mobilité

Où que vous soyez, accédez à vos données en toute sécurité sur PC, tablette et smartphone.

### Restez toujours conforme

Soyez à jour quels que soient les changements légaux prévus en 2018 : loi Anti-fraude à la TVA, RGPD, etc...



Toutes vos données actuelles Ciel sont automatiquement récupérées,  
vous êtes tout de suite opérationnel !

Pour en savoir plus, contactez-nous au **01 55 26 33 00**

Du lundi au jeudi de 9h à 18h et le vendredi de 9h à 17h

\*Logiciel Sage 50c Ciel conforme à la nouvelle réglementation relative aux logiciels permettant l'enregistrement des règlements clients dans sa version disponible depuis le 19 décembre 2017.

\*\*Sous réserve de souscription à l'offre Microsoft Office 365 Business Premium.