

Les Echos ENTREPRENEURS



Foucha Maynard

*À vos marques,
prêts,
entreprenez!*

GO
ENTREPRENEURS

3 et 4
AVRIL
2024

PARIS LA DÉFENSE ARENA

48h de rencontres
pour créer et développer
votre entreprise

Inscription gratuite sur go-entrepreneurs.com

PARTENAIRES OFFICIELS

bpifrance

CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE

ORDRE NATIONAL
DES AVOCATS

ORDRE DES
EXPERTS-COMPTABLES

Région
Île-de-France

PARTENAIRES ASSOCIÉS

BNP PARIBAS

DELL
Technologies

MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES AFFAIRES
ET DU DÉVELOPPEMENT
DURABLE

INPI

ORGANISÉ PAR

Les Echos
Le Parisien
ÉVÉNEMENTS

Création d'entreprise : pourquoi autant de personnes veulent devenir leur propre patron

TENDANCE Entreprendre est une question d'envie et de motivations. Entre rejet du salariat et quête de sens, qu'est-ce qui pousse autant de Français et de Françaises de tout âge à vouloir créer une entreprise ?

Juliette Soullignac

Près d'un Français sur deux aimerait être son propre patron (48 % exactement), selon le sondage OpinionWay réalisé pour l'événement Go Entrepreneurs qui se tiendra les 3 et 4 avril à Paris. Plus concrètement, un Français sur quatre envisage de créer ou de reprendre une entreprise. Mais pourquoi autant de personnes veulent-elles entreprendre ?

Pour « exercer une activité conforme à ses valeurs », « réaliser un rêve » et « être son propre patron ». Ce sont là les trois motivations les plus citées par les porteurs de projet, selon l'indice entrepreneurial français, publié en 2023 par Bpifrance et l'Ifop. S'ils étaient leur propre patron, sept Français sur dix considèrent même qu'ils trouveraient plus de sens à leur travail au quotidien, précise le sondage OpinionWay.

Au-delà de la quête de sens et des convictions profondes, l'entrepreneur puise sa motivation dans un désir profond d'indépendance, choisie ou contrainte. Avec une nuance. « La conjoncture économique a beaucoup plus impacté les hommes porteurs de projet, dont la part en recherche d'emploi est le double de celle des femmes. Ils sont 40 % à avoir réfléchi à se mettre à leur compte contre 24 % des femmes », complète Laurence Tassone, docteur en économie de l'innovation et responsable de l'Observatoire de la création d'entreprise chez Bpifrance.

Sentiment de liberté

Parmi celles et ceux qui sont, bel et bien, devenus chefs d'entreprise,

« les hommes positionnent toujours "être son propre patron" comme motivation principale, quand pour les femmes "réaliser un rêve" arrive en tête », nuance Laurence Tassone. L'entrepreneuriat peut aussi s'imposer à certains, en l'absence de perspective dans le salariat. La motivation « créer son propre emploi ou celui d'un de ses proches » a progressé de 5 points par rapport au précédent indice publié en 2021.

L'entrepreneur puise sa motivation dans un désir profond d'indépendance.

La création d'entreprise entre progressivement dans les projections de carrière des Français. Au sein de la chaîne entrepreneuriale qui comprend les intentionnistes, porteurs de projet, chefs d'entreprises et ex-chefs d'entreprises, les jeunes de moins de 30 ans sont les plus nombreux. Leur nombre a même doublé depuis 2018. « Je ne l'aurais pas dit il y a 10 ans, mais on voit aujourd'hui que l'entrepreneuriat est de plus en plus envisagé pour créer quelque chose à son image », observe Laurence Tassone.

Les jeunes sont encouragés dans cette voie, appuyés par les politiques publiques : création des incubateurs dans les écoles, puis du statut étudiant-entrepreneur en 2014. En intégrant Pépite Centre Val-de-Loire, Virgile Venon a profité de ce statut pour lancer sa société VMV Bois, spécialisée dans l'exploitation forestière et la vente de bois de chauffage auprès de particuliers et de professionnels. « C'est beaucoup

de travail d'entreprendre, mais j'ai besoin d'avoir cette exigence envers moi-même pour être libre de prendre mes propres décisions », témoigne-t-il.

Après un BTS en gestion d'entreprise, Virgile Venon s'est associé avec son jeune frère et un ami d'enfance dans l'activité de coupe et revente de bois. « Dès le lycée, nous savions avec mon ami Vincent que nous voulions créer une entreprise ensemble, sans avoir d'idée précise en tête », se remémore l'entrepreneur de 24 ans. L'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 60.000 euros en 2023, et ambitionne d'atteindre les 100.000 euros cette année.

Méfiance envers le salariat

L'entrepreneuriat attire aussi d'ex-salariés aspirant à un changement de vie. Ce phénomène, la chercheuse Fabienne Bornard l'a étudié et a publié en 2021 « La création d'entreprise : un rejet du salariat ». « Après la pandémie, il y a eu un mouvement massif de démission, le "Big Quit" comme cela s'est appelé aux États-Unis », expose l'enseignante-chercheuse à l'Insee Business School.

Le sentiment d'être un simple exécutant, l'ennui (bore-out) et la routine, autant de raisons qui motivent les salariés à se tourner vers la création d'entreprise. « On a trouvé que la désillusion du salarié pouvait être un levier pour l'entrepreneuriat, une forme de renouvellement », avance Fabienne Bornard. « Dans les entretiens, les personnes exprimaient un regain d'énergie grâce à l'entrepreneuriat, une forme de renouvellement. »

Entreprendre peut être perçu comme un passage, un moyen pour s'aider à rebondir. « Dans une car-



Les jeunes de moins de 30 ans sont les entrepreneurs les plus nombreux dans la chaîne entrepreneuriale. Leur nombre a même doublé depuis 2018. Photo Adam Kaz/Getty Images

rière professionnelle, il y a de plus en plus une alternance entre le salariat et l'entrepreneuriat. La posture d'entrepreneur est formatrice, et ça peut aider à retrouver du travail derrière », affirme la chercheuse. ■
*Sondage Opinion Way pour CCI France et le MEDEF à l'occasion de

Go Entrepreneurs 2024 réalisé auprès d'un échantillon de 1.011 personnes, représentatif par la méthode des quotas de la population française de 18 ans et plus. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne les 17 et 18 janvier 2024.

« L'ÉCHEC MAIS PAS MAT : COMMENT REBONDIR ? »

Les Echos Entrepreneurs vous invite à la table ronde qui réunira Carole Juge-Llewellyn (Joone), Sandra Rey (Glowee) et Alban Sayag (Yousign), le mercredi 3 avril à Go Entrepreneurs. Inscription gratuite.

CRÉATION

Il préfère l'indépendance de l'entrepreneur à la « prison dorée » du salarié

Enzo Léonard s'épanouit dans la création d'entreprise. Sentiment de liberté et d'excitation pour l'inconnu, ce jeune développeur informatique a créé une application d'apprentissage des langues.

Exit la stabilité et le salaire fixe, Enzo Léonard a préféré se mettre à son compte dès sa sortie d'école. D'abord en tant que microentrepreneur dans le développement informatique puis comme porteur de projet étudiant-entrepreneur au Centre d'entrepreneuriat Lyon Saint-Etienne (CELSE), membre du réseau Pépite France. « J'ai créé une application d'apprentissage des langues et de préparation au TOEIC pour les écoles d'études supérieures », explique l'entrepreneur de 27 ans.

La fièvre de l'entrepreneuriat l'a pris à la fin de sa licence, alors qu'il imagine une méthode d'apprentissage novatrice. « Je me suis rendu compte qu'en France, notre capacité à retenir des informations. Or, on ne sait pas faire. On ne fait que lire et relire des cours », expose Enzo Léonard. En 2019, il intègre le centre de formation Le Wagon, à Lyon, afin d'apprendre à créer lui-même des sites et applications. « Je voulais avoir plus d'impact qu'en intégrant simplement une entreprise. »

Lancement de Mindseed fin 2024

Ainsi naît Mindseed, une application d'e-learning basée sur les sciences cognitives. « C'est un mix

entre Duolingo et Animal Crossing », résume Enzo Léonard. « L'élève va apprendre les 1.200 mots les plus utilisés dans une langue, avec des exercices d'expression et de compréhension. » Un prototype fonctionnel est en phase d'expérimentation afin de lancer officiellement l'application à la rentrée 2024.

« Le projet se veut aussi écoresponsable : 8 % des bénéfices de la société seront reversés à des associations pour la plantation d'arbres », précise l'entrepreneur. Mindseed proposera d'apprendre le portugais, l'anglais, l'espagnol, l'italien ou encore l'allemand. D'ici à 2026, dix nouvelles langues seront proposées.

L'entrepreneur a déjà obtenu des lettres d'intention d'achat auprès d'établissements d'études supérieures et prévoit de créer sa société SASU d'ici quelques semaines. « Si ça ne fonctionne pas en BtoB, j'ouvrirai au plus grand nombre », expose Enzo Léonard. « Mon rêve est de voir un jour quelqu'un dans un bus utiliser ma solution d'apprentissage. »

Etre son propre patron

Avant de se consacrer à 100 % à son projet Mindseed, Enzo Léonard a donné des cours et créé des sites web pour d'autres entreprises en tant qu'indépendant. « Pendant mes études, j'ai travaillé un temps comme technicien animalier et on me disait toujours ce que je devais faire. J'avais l'impression d'être une pièce dans une machine. Je ne me voyais pas bosser pour quelqu'un d'autre », confie le jeune entrepreneur.



Enzo Léonard s'est mis à son compte dès sa sortie d'école.

Au sein du Wagon et de Pépite France, il côtoie d'autres entrepreneurs passionnés par leur projet comme lui. « Je me suis tout de suite projeté. J'ai besoin de me dépasser et d'avoir la liberté de pouvoir travailler où je veux et quand je veux », appuie Enzo Léonard. Le désir d'autonomie et d'être son propre patron est une des principales motivations des entrepreneurs.

Cette liberté s'accompagne toutefois de quelques contraintes. « C'est une prison dorée », plaisante Enzo Léonard. Le Lyonnais ne craint pas l'instabilité de l'entrepreneuriat et les incertitudes qui peuvent l'accompagner. « Je vois l'entrepreneuriat comme un voyage où on ne sait pas où on va terminer. C'est le genre de voyage que j'aime entreprendre, je ne cherche pas la stabilité », assure le jeune homme. Les jeunes de moins de 30 ans se tournent vers l'entrepreneuriat, comme Enzo Léonard, représentent 6 personnes sur 10 au sein de la chaîne entrepreneuriale (incluant les intentionnistes, porteurs de projet et chefs d'entreprise), selon l'indice entrepreneurial 2023 de Bpifrance. — J. S.

RECONVERSION

Il change de vie pour reprendre une entreprise

Guillaume Marnetto savoure sa nouvelle vie de reprenneur dans les voitures de golf. Après le salariat, la création, l'échec aussi, son dernier virage est sous le signe de l'épanouissement personnel.

Valérie Talmon

A l'âge (49 ans) où certains se penchent sur leur fin de carrière professionnelle, Guillaume Marnetto a choisi une autre voie : celle du reprenneur. Le 1^{er} mars 2022, il a repris le portefeuille clients de Golfcar, en Vendée, une petite entreprise qui commercialise des voitures de golf auprès de l'hôtellerie de plein air, l'industrie, les parcs de loisirs, etc.

Ce commercial avait entamé sa carrière dans la vente d'espaces publicitaires, avant de prendre un virage professionnel. « En 2010, par aspiration pour l'indépendance, j'ai créé ma première entreprise, une régie publicitaire. Mais un an plus tard, j'ai du la mettre en liquidation », se souvient-il, avec le sourire. Cet échec sera, de son aveu même, « sa plus belle expérience, celle qui m'a le plus appris ! ».

Guillaume Marnetto se résout à reprendre le chemin du salariat, comme manager commercial puis comme directeur général dans une PME de services informatiques pour la restauration collective. « J'étais père de deux enfants et il fallait bien manger. Mais je n'allais plus au travail par plaisir », reconnaît-il. Pourtant, après sept ans, cela aurait pu se prolonger, s'il n'y avait eu ce sentiment de manque, cette volonté de prendre des déci-

sions seul. « Même en tant que directeur général, j'avais un président au-dessus de moi et en cas de désaccord, je n'étais pas seul à la barre. »

L'atout de l'expérience

Au sortir de la pandémie, Guillaume Marnetto donne sa démission, convaincu que sa place était ailleurs. « J'avais trois options : reprendre un poste de DG, créer pour être mon propre patron ou reprendre une entreprise. Or, je n'avais pas d'idée géniale, pas de métier. La reprise cohabitait toutes les cases : être indépendant, faire perdurer une entreprise, développer une structure. »

Après six mois de recherche, il déniche sa pépite : Golfcar. « L'entreprise était plus petite que ce que je cherchais, avec 600.000 euros de chiffre d'affaires. Même si le secteur me passionnait, j'adore le golf, je ne connaissais rien aux voitures. Pourtant, j'ai tout de suite senti son potentiel de développement », confie-t-il.

Pour autant, pas question de casser à nouveau son PEL. Même sa femme, qui le soutient, lui fixe une limite : ne pas hypothéquer leur patrimoine personnel. « Il faut tout prévoir, même le pire. A 30 ans, je n'aurais pas pensé à ainsi protéger mon patrimoine. L'expérience m'a permis d'entreprendre mieux préparé. » Avec 150.000 euros d'apport personnel, le soutien d'une banque pour nourrir les besoins en fonds

de roulement, son projet semble dimensionné pour sa nouvelle vie.

Seul au volant

Deux ans plus tard, le pari est réussi : Guillaume a embauché 4 salariés, son chiffre d'affaires a doublé en année 1 et augmenté de 25 % en année 2. « J'ai développé de nouveaux marchés, par exemple la location. Je travaille aussi avec l'industrie dont je connaissais le besoin en voitures sur leurs vastes sites. » L'entrepreneur a même créé sa propre marque de voitures, Zelec. Il importe des modèles assemblés et personnalisés à Venansault (85).

Son changement de vie, Guillaume Marnetto le savoure à chaque instant : « Je n'ai aucun regret. J'ai la conviction que tout ce que j'ai fait avant aujourd'hui. Je ressens un accomplissement, une reconnaissance, alors qu'avant, même avec une belle carrière, il y avait toujours une forme de manque. »

Lauréat de Réseau Entreprendre Vendée, il apprécie les rencontres avec les autres membres du réseau. Et il confie songer à reprendre une nouvelle entreprise dans quelques années « pour ressentir la même excitation face à une entreprise dont je dénicherai le potentiel. » A l'aube de la cinquantaine, trouver sa voie est donc bien possible ! ■



Guillaume Marnetto a déniché une pépite : Golfcar. Photo DR

Bien-être intime : Laurène Dorléac lance un site éducatif en VOD

Climax est une plateforme de vidéos éducatives sur le plaisir, cofondée par Laurène Dorléac. Imaginé à l'origine pour les femmes, le site élargit peu à peu son audience aux couples et à l'international.

Ophélie Colas des Francs

Parler de plaisir est encore tabou. Laurène Dorléac, elle, en a fait son business dès 2019 en co créant la plateforme Climax, avec Kevin Soulas, un de ses anciens collègues chez ManoMano. Le duo imagine un site Internet de vidéos éducatives autour de la sexualité féminine. « Au départ, nous avons créé nous-même le contenu, des formations sous forme de séries pédagogiques », témoigne l'entrepreneuse.

Climax se veut sans filtre : le propos relaie des études scientifiques étayées par des photos « explicites mais sans vulgarité », souligne Laurène Dorléac. Cette offre inédite en VOD trouve immédiatement son public et la start-up, autofinancée, est rentable dès les premiers mois. L'audience s'élargit à l'international, grâce au sous-titrage des formations en anglais. Portée par de premières apparitions dans les médias et un bouche-à-oreille positif, l'entreprise clôture l'exercice 2022 avec un chiffre d'affaires de 1 million d'euros.

Les entrepreneurs envisagent ensuite de faire évoluer leur offre. « Nous nous sommes rendu compte pendant la pandémie que



Laurène Dorléac a créé Climax avec Kevin Soulas, un de ses anciens collègues chez ManoMano.

les contenus en ligne sur l'intime étaient très éparpillés », poursuit Laurène Dorléac. Début 2023, Climax décide d'élargir son audience à un public masculin avec l'ambition de devenir la première plateforme éducative autour de l'intime et des relations de couple.

Sexologues, médecins et coaches

Et plutôt que de produire ses propres formats, la jeune pousse décide de rassembler sur son site les meilleurs contenus de sexologues, médecins ou coaches. Des experts français mais aussi et surtout américains et australiens qui distillent leurs conseils sur la santé sexuelle, la séduction et le consentement. Le site leur reverse une commission de 30 % des recettes.

Climax change également de business model. La start-up privi-

légie désormais l'abonnement annuel avec accès à une quarantaine de programmes représentant quelque 400 heures de contenu. « C'est une plateforme à mi-chemin entre Netflix et les masterclass, très bien pensée au niveau de l'expérience utilisateur », résume Laurène Dorléac. L'audience est aussi bien masculine que féminine, représentative de toutes les tranches d'âge.

Développements autofinancés

La plateforme trouve son rythme de croisière et revendique une croissance organique du revenu récurrent de 15 % par mois. Pour développer l'activité, le duo envisage de créer de nouvelles formules d'abonnement, segmentées en fonction de l'âge ou des centres d'intérêt : premières relations, vie de couple, grossesse... Le site pourrait s'enrichir de nou-

velles langues. « La demande est universelle. Il suffit donc de traduire les vidéos dans différentes langues pour élargir le public. » Une autre piste de développement serait le lancement d'une seconde plateforme, axée sur le développement personnel.

« Une plateforme à mi-chemin entre Netflix et les masterclass. »

Climax reste cependant pénalisée par son image sulfureuse. Interdite aux moins de 18 ans en France et aux moins de 21 ans aux Etats-Unis, elle est considérée comme pornographique par les Gafam. Impossible de faire de la publicité classique sur Facebook et Instagram. Même difficulté sur Google qui a durci sa politique sur la modération de contenus pour adultes. Climax utilise pour vitrine ses comptes sociaux. « On peut s'y exprimer assez librement sur les relations sexuelles », constate Laurène Dorléac.

Rentable depuis son lancement, Climax n'a jamais eu besoin d'avoir recours à des financements extérieurs, et quand elle a tenté de le faire, sa cofondatrice a reçu une fin de non-recevoir. Aujourd'hui, elle envisage de se tourner vers des business angels. « Nous avons aussi été approchés par des fonds de venture capital. Mais il n'y a pas d'urgence. Nous avons trouvé notre business model ! » ■

Les seniors, un marché plein d'avenir

Les cheveux gris sont une mine d'opportunités pour les entrepreneurs. Le marché des seniors, longtemps appréhendé sous le seul prisme de la dépendance, s'ouvre à de nombreuses nouvelles activités. Quinze millions de Français sont désormais âgés de 60 ans ou plus.

L'influenceuse Caroline Ida Ours est une égérie de la génération silver. Courtisée par les grandes marques, elle s'affiche sans fard sur son compte Instagram aux 120.000 abonnés. Le marché des personnes âgées pèserait aujourd'hui en France près de 60 milliards d'euros, selon une étude du cabinet Xerfi publiée en octobre 2023. « Il n'existe plus de secteur d'activité sans 25 % de clients seniors », appuie Romain Ganneau, directeur général du pôle d'innovation Silver Valley.

Mais qui sont ces seniors ? « Ce marché couvre quatre générations, de 60 à 100 ans, avec, pour chacune, des besoins et des aspirations spécifiques », prévient Eric Guillaume, vice-président du Synapse (Syndicat national pour la silver économie). Il faut inventer des produits ou des services ciblés selon les âges ». Ce marché multifacette est difficile à appréhender. « Il ne doit plus être pensé sous le seul prisme des personnes dépendantes puisque 85 % des seniors n'ont pas de grosse problématique de santé », souligne Romain Ganneau.

Maintien en forme et autonomie numérique

Et les nouveaux retraités ont d'autres aspirations que leurs aînés. « On

assiste à une autonomisation des seniors. Ils expriment leurs envies et veulent devenir acteurs de leur propre vieillissement », poursuit le directeur général de Silver Valley. Le bien-vivre et le bien-être font ainsi partie des marchés clé.

Tourisme, sexualité, santé sont devenus des tendances de fond. De même que l'activité physique sur laquelle s'est par exemple positionné Rester jeune, une plateforme proposant des programmes de nutrition et de maintien en forme. L'autonomisation, c'est aussi la prise en main des nouvelles technologies, ce que propose par exemple Granny Geek, start-up spécialisée dans l'autonomie numérique. Autre sous-secteur porteur, le maintien à domicile qui booste les services d'assistance, l'aménagement des logements et l'habitat partagé, solutions que proposent entre autres Domani et Cette Famille.

Pouvoir d'achat

Ces nouveaux modes de vie requièrent cependant un certain pouvoir d'achat. « Le vieillissement relevait de la solidarité nationale mais le budget de la nation n'est plus capable de l'assumer. Les retraités doivent trouver des solutions pour financer le reste à charge », souligne Eric Guillaume. Et c'est là un autre champ d'innovation pour les entrepreneurs, à l'image des fin-techs comme Merci Prosper, solution de monétisation du patrimoine immobilier grâce à un système de copropriété, la coopérative Les 3 Colonnes à l'origine du viager éthique ou encore Arrago, spécialiste du prêt viager hypothécaire. — O. C. des F.

COMMUNIQUÉ

TRIBUNE

Notre défi : doubler le nombre d'entrepreneurs en France !



Nicolas DUFOURCQ, Directeur général de BPIFRANCE

En 2023, pour la 3^{ème} année consécutive, plus d'un million de créations d'entreprises ont été enregistrées en France. 32% des français (+2 points depuis 2021) participent à la chaîne entrepreneuriale selon l'Indice entrepreneurial français 2023. Mais 15% seulement de ces créateurs sont accompagnés, augmentant ainsi les chances de concrétisation de leur projet. Bpifrance s'est donc donné pour ambition de doubler, d'ici 2027, le nombre de créateurs accompagnés pérennes, générateurs de valeur ajoutée et d'emplois dans tous les territoires.

Un an après le lancement du collectif Cap Créa, qui regroupe les 26 réseaux d'accompagnement partenaires et Bpifrance, l'année 2023 a été marquée

par la création de la communauté du Coq Créa qui réunit les créatrices et les créateurs accompagnés. Ce nouvel étendard met en avant la force de créer et la puissance de l'accompagnement. Par ailleurs, le collectif Cap Créa a poursuivi sa forte mobilisation, en accompagnant 153 000 porteurs de projets et en contribuant à la création de près de 80 000 entreprises, notamment grâce au déploiement de nouveaux outils digitaux : Mon Pass Créa et le site bpifrance-creation.fr (+10 millions de visiteurs uniques en 2023).

2023 a également signifié la fin du programme Entrepreneurat Pour Tous, lancé en 2019. Fort de son succès, le Gouvernement a décidé en octobre 2023 d'intensifier les actions menées par Bpifrance envers les entrepreneurs des Quartiers Prioritaires de la Ville, en lançant le programme « Entrepreneurat Quartiers 2030 », doté par l'État et la Caisse des Dépôts de 456M€ qui seront déployés d'ici 2027.

Chez Bpifrance, nous sommes persuadés que l'entrepreneuriat est vecteur d'émancipation et de liberté. Ces moyens renforcés nous permettront d'œuvrer davantage encore à l'égalité d'accès à l'entrepreneuriat pour que tous les talents, femmes et hommes, dans toute leur diversité, puissent réussir leur projet entrepreneurial. Cela passe notamment par le lancement d'une Tournee sur l'ensemble du territoire en partenariat avec les acteurs locaux et par la création d'un nouvel événement grand format en novembre.

Pour conduire cette mission, Bpifrance s'appuie sur tout un continuum d'actions au service des porteurs de projet : la sensibilisation, l'orientation, l'accompagnement et le financement. Ce faisant Bpifrance, banque de tous les entrepreneurs, aide les Français à oser entreprendre et leur donne la permission de rêver d'un monde plus paritaire, plus équitable, plus innovant. La dynamique est lancée, tâche à nous de transformer leur rêve en réalité.

COMMUNIQUÉ

TRIBUNE

Osez reprendre une entreprise

Avec près de 976 000 entreprises créées l'an passé, la France rayonne comme terre d'entrepreneurs. Mais il est grand temps qu'elle devienne également une terre de repreneurs. Rien qu'en Ile-de-France, 132 000 entreprises de moins de 50 salariés sont dirigées par des entrepreneurs de 55 ans et plus qui sont appelés donc à transmettre ou céder bientôt leur entreprise. L'enjeu est crucial pour tout le territoire, comme l'a souligné la Ministre déléguée chargée des Entreprises, du Tourisme et de la Consommation, Olivia Grégoire.

Beaucoup de candidats hésitent à se lancer dans une reprise, même s'ils possèdent les compétences nécessaires. C'est là que nous intervenons pour les aider, convaincus que la transmission d'entreprise est un levier essentiel pour assurer la pérennité du tissu économique, pour favoriser l'innovation et pour préserver l'emploi. À la CCI de Paris Ile-de-France, nous mettons plus particulièrement en place des dispositifs d'accompagnement sur mesure, en passant de la recherche ciblée d'une entreprise à reprendre à la négociation des conditions de cession. Nous sommes présents, à chaque étape, pour garantir la réussite de l'opération. Cet effort nous a permis d'accompagner et de pérenniser plus de 10.000 entreprises sur ces dix dernières années, c'est autant d'activité économique qui en découle.

En collaboration étroite avec nos partenaires - l'Ordre des Experts-Comptables Paris Ile-de-France, la Compagnie régionale des commissaires aux comptes de Paris et la Chambre des Notaires de Paris et du Grand Paris -, nous réunissons chaque année les acteurs clés à l'occasion du salon Transfair.

La transmission d'entreprise est un acte de confiance et de responsabilité. C'est un engagement fort envers les équipes, les clients, les fournisseurs. C'est pourquoi nous attachons une importance particulière à la qualité des relations humaines et à la préservation de l'ADN de l'entreprise lors de la



Dominique RESTINO, Président de la Chambre de commerce et d'industrie de région Paris Ile-de-France

transmission. Nous encourageons les repreneurs à s'imprégner de la culture et des valeurs de l'entreprise qu'ils s'apprennent à reprendre, pour assurer une transition en douceur et pérenne.

À vous, les entrepreneurs en herbe : « créez, c'est aussi reprendre » ; à vous, les entrepreneurs chevronnés ou les dirigeants d'expérience, je lance cet appel : OSEZ ! Osez-vous lancer dans l'aventure captivante de la reprise d'entreprise. Venez à notre rencontre, échangeons, partageons nos expériences et bâtissons ensemble l'avenir de la transmission d'entreprise. Car c'est dans cette dynamique collective que se tissent les succès de demain, portés par la passion, l'engagement et la volonté de faire grandir notre tissu économique et social.

Intelligence artificielle : Milie Taing bâtit un futur leader mondial

Elle a fondé Lili.ai en 2016, à l'aube de l'IA ou presque. Milie Taing développe une IA hybride prometteuse dans le management de projet.

Isabelle Meijers

Les planètes s'alignent pour Milie Taing. La fondatrice, il y a huit ans déjà, de Lili.ai, start-up de l'intelligence artificielle (IA) s'apprête à bâtir le leader mondial du traitement automatique du langage (ou NLP pour Natural Language Processing) pour le management de projet.

La technologie de Lili.ai décrypte des flux de données massives, constitués à 98 % de mails échangés par les équipes au long de la réalisation d'un projet. L'idée est de détecter, à partir des mots, les signaux annonciateurs de difficultés, en temps réel pour redresser une situation, ou a posteriori pour établir les responsabilités en cas de retard et imputer les coûts de dépassement.

« L'IA ne fait plus peur »

Un travail de traçabilité humaine impossible tant le volume d'informations est colossal. « Dans les grands projets de construction d'infrastructures, les pénalités de retard se montent à 0,1 % du budget total d'un contrat par jour de retard. A la fin, on atteint facilement plusieurs milliards de dollars », souligne Milie Taing. De quoi parfois pousser une entreprise au dépôt de bilan.

La solution de Lili.ai combine une IA de connaissances où la

machine est instruite par l'humain des règles de pilotage d'un projet et une IA d'apprentissage (machine learning) qui va auto-crée de nouveaux concepts classificateurs en fonction des besoins du client. « Cette IA hybride donne une IA de grande précision, frugale et de meilleure performance. Nous avons gagné aujourd'hui une réputation mondiale dans notre domaine de traitement automatique du langage », affirme Milie Taing.

La technologie de Lili.ai décrypte des flux de données massives, constitués à 98 % de mails échangés par les équipes au long de la réalisation d'un projet.

Une crédibilité acquise après la gestion de près de 500 projets de construction depuis la fondation de Lili.ai en 2016. Le temps d'injecter à la machine ces fameuses « connaissances métier d'un modèle de grand projet ». Aujourd'hui, les conditions de sa propulsion au premier rang mondial dans son domaine sont réunies.

D'abord, avec la levée de la défiance vis-à-vis de l'IA qui prédominait encore à la création de la start-up. « L'IA ne fait plus peur. Les différentes vagues d'assistant personnel intelligent comme Siri



Milie Taing, fondatrice de Lili.ai. Photo DR

ou Cortona, du modèle de langage BERT de Google ou dernièrement le lancement de ChatGPT sont passés par là », décrypte Milie Taing. Ensuite, Lili.ai a su rassurer ses clients, les grands groupes de la construction, et garantir un accès confidentiel à leurs données.

Portée par les champions du BTP

Lili.ai développe aussi depuis 2022 un nouveau canal de distribution, en parallèle de sa propre formule d'abonnement. L'entreprise a conclu un partenariat avec Oracle Construction and Engineering. « Leur plateforme intelligente est leader mondial dans la gestion de projets. Ils peuvent traiter jusqu'à quatre millions d'opérations. Nous leur apportons la brique "e-mail litigation" », explique Milie Taing.

Et dernière pierre à l'édifice, un financement de 10 millions d'euros obtenu en 2022 via le pro-

gramme européen EIC de soutien aux PME innovantes et aux start-up deeptech. « Le dossier à monter était lourd. Mais nous sommes fiers du résultat car seulement 9 % des candidats sont sélectionnés », indique Milie Taing. Cet apport financier va permettre de recruter des talents, pour passer d'une douzaine à une vingtaine de salariés, à améliorer le marketing et à se lancer à l'international, principalement en Europe.

Autant de facteurs de croissance qui devraient hisser Lili.ai à un chiffre d'affaires de 5 millions d'euros en 2026 contre 350.000 euros réalisés en 2023. « La France a une longue tradition de grands projets depuis Colbert. Dans le BTP, l'énergie, avec le nucléaire, ou la défense, nous sommes des champions. Créer un Lili.ai porté par cet écosystème hexagonal présente une logique économique », revendique Milie Taing. ■

« Les opportunités de l'IA se situent plutôt dans le B to B »

L'intelligence artificielle (IA) fait rêver de nombreux entrepreneurs. Juliette Mattioli, experte en IA chez Thales et présidente du hub DSAI (Data Science and Artificial Intelligence) du pôle Systematic, donne des pistes aux porteurs de projets.

JULIETTE MATTIOLI
Experte en IA
chez Thales

L'IA promet de révolutionner toutes les activités économiques. Quelle est votre analyse du potentiel de marché ?

On parle de l'IA comme d'une seule discipline mais il y a autant d'IA que de spécialités en médecine. L'IA générative et l'IA dirigée par les données (apprentissage à base de réseaux de neurones), poussées par les Gafam, créent aujourd'hui le buzz ambiant. Mais il ne faut pas oublier d'autres IA, comme l'IA symbolique ou à base de connaissances, qui permet par exemple de modéliser un métier à partir d'ontologies et de graphes de connaissance. Elle est très utilisée dans le monde industriel.

Il y a aussi des approches d'IA dédiées à la résolution de problèmes multi-contraintes, telle que la planification de la maintenance d'une flotte de véhicules. Une opération complexe car elle relève d'une combinaison de critères comme la disponibilité des pièces, l'ordonnement du démontage ou la réglementation. Compte tenu de cette richesse des IA, nous pensons au sein du hub DSAI que pour résoudre un problème compliqué, il faut combiner plusieurs technologies d'IA. C'est ce qu'on appelle l'IA hybride, très prometteuse.

Quelles sont les opportunités pour les entrepreneurs français ?

En France, les opportunités se situent plutôt dans le domaine B to B, dans l'IA pour les industriels. Cette IA spécialisée dans des domaines métier comme la santé, l'aéronautique ou la finance peut se déployer grâce à l'accès, moyennant des contrats, aux données du client. L'écosystème français a une excellente expertise dans l'IA à base de connaissances. On peut citer quelques pépites comme Ardans, Eurodecision ou Amiral Technologies en maintenance prédictive industrielle.

Nous avons aussi une carte à jouer dans l'IA de confiance qui garantit des propriétés de robustesse et de validité pour des systèmes critiques, la sécurité des biens, des personnes, la banque ou la santé. L'écosystème français est en avance sur ces questions.

En revanche, dans le B to C, sauf Mistral AI ou LightOn qui travaillent sur l'IA générative depuis longtemps, la France part avec un réel train de retard face aux géants du numérique, les Gafam. De plus, une IA générative ou une IA dirigée par les données sont très gourmandes en capitaux. Lever autant de fonds en France est compliqué.

Propos recueillis par I. M.

COMMUNIQUÉ

TRIBUNE

Dès la création, illimitez-vous et anticipez le développement de votre entreprise !

Pour éclairer vos choix de créateur, l'expert-comptable, conseil de confiance et de proximité, est le partenaire idéal pour accompagner les futurs chefs d'entreprise dans la définition de leur stratégie et la concrétisation de leur projet, étape par étape, en tenant compte tant des enjeux économiques, numériques mais également de durabilité.

Parmi les premières étapes cruciales, trois se démarquent : la construction du business plan, la recherche de financements pour démarrer l'activité tout en gardant une vision à moyen terme, et la sélection du statut juridique de l'entreprise à créer, décision aux répercussions multiples.



Cécile de SAINT-MICHEL,
Présidente du Conseil national de l'ordre des experts-comptables

Il est essentiel d'évaluer les besoins en investissement et en financement - notamment en termes de trésorerie - pour identifier les solutions disponibles et les partenaires publics ou privés à solliciter avec un dossier de demande de financement cohérent.

L'expert-comptable est là pour vous aider à élaborer votre plan de financement ainsi que votre business plan.

Le choix du statut juridique intervient après une analyse de marché et de viabilité économique et financière du projet. Divers critères entrent en jeu : nature de l'activité, nombre d'associés, ressources financières, régimes fiscal et social, la gouvernance et l'organisation de l'entreprise, dont vont découler un certain nombre de conséquences en termes de responsabilité. Anticiper le développement et la transmission de l'entreprise peut également influencer cette décision. C'est à ce moment-là que l'expert-comptable intervient pour aider le chef d'entreprise à définir ses priorités et choisir la forme juridique la plus adaptée. L'entrepreneur est ainsi déchargé et serein pour se concentrer sur le développement de son activité.

Dans le cadre de cet accompagnement des porteurs de projets, l'Ordre des experts-comptables propose Business story création/développement pour mettre en relation des entrepreneurs et des experts-comptables volontaires afin de les faire bénéficier de trois rendez-vous offerts pour évaluer la faisabilité de leur projet. Lorsque les entrepreneurs optent pour la reprise d'une entreprise existante, Business story reprise/investissement leur permet de présenter leur profil et leur projet de reprise pour se rendre visibles auprès des 22 000 experts-comptables qui peuvent leur proposer des entreprises à reprendre.

Plus d'informations sur www.business-story.biz.

En somme, l'expert-comptable est la réponse à toutes vos interrogations liées à la vie de l'entreprise, n'hésitez pas à le consulter !

COMMUNIQUÉ

TRIBUNE

L'avocat - un allié incontournable pour les entrepreneurs



Julie COUTURIER, Présidente du Conseil National des Barreaux

Entreprendre, c'est oser. C'est identifier des risques, les prendre en connaissance de cause et tout mettre en œuvre pour éviter de les subir. Entreprendre, c'est donc aussi savoir s'entourer des bons partenaires, parmi lesquels l'avocat est incontournable. Le Conseil National des barreaux, instance nationale représentative des 76 000 avocats de France vous explique pourquoi.

L'avocat est un professionnel libéral, et indépendant. Lui-même entrepreneur, il doit se positionner sur un marché, développer une clientèle, fidéliser ses

clients. Il connaît les risques, les contraintes, les réalités d'un chef d'entreprise. Il dispose en outre, d'une déontologie forte et est soumis au secret professionnel qui en fait un tiers de confiance. Il apparaît donc tout naturellement comme un partenaire idéal pour accompagner les entreprises, et ce, quelle que soit leur taille.

Si les grandes entreprises ou les PME cotées en bourse ont déjà, souvent, le réflexe avocat, ce besoin va croissant. En effet, la nouvelle directive européenne Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) fixe de nouvelles normes et obligations de reporting extra-financier - pour lesquelles l'avocat saura les conseiller.

Mais l'avocat n'est pas réservé qu'aux grandes entreprises - bien au contraire.

Il pourra accompagner les TPE/PME dès le lancement de leurs projets, pour définir de solides bases juridiques pour l'entreprise. Il sera à vos côtés pour rédiger vos contrats, sécuriser votre stratégie, protéger vos idées. Car le droit peut être créateur de valeur et investir sur la sécurité juridique, c'est investir dans son entreprise. Une étude datée de 2021, menée conjointement par l'Office européen des brevets et l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle démontre que les entreprises qui détiennent des droits de propriété intellectuelle génèrent en moyenne 20% de plus de recettes par salarié que les entreprises qui n'en détiennent pas !

Enfin, comme l'a annoncé le gouvernement, un nouveau projet de loi de Simplification-Pacte II est en cours d'élaboration. De nombreuses mesures seront prises pour tenter de simplifier les procédures pour les entreprises. Le Conseil National des Barreaux sera aux avants postes pour faire des propositions utiles pour les entrepreneurs.

Artisans, les ateliers découverte peuvent vous aider à boucler vos fins de mois

STRATÉGIE De nombreux artisans ont développé une activité complémentaire : les ateliers et stages découverte. Quelles sont les activités les plus porteuses et quel peut être le chiffre d'affaires moyen ?

Jennifer Matas

Il s'agit de pâtisseries, ébénistes, baristas, maroquins, céramistes, souffleurs de verre ou encore vigneron. Passionnés par leur métier, ils ne réussissent pas toujours à dégager suffisamment de chiffre d'affaires pour en vivre, en particulier à l'heure où les prix de l'énergie et l'inflation ont fait flamber le montant de leurs charges. Alors, certains ont décidé de se tourner vers une nouvelle activité : les ateliers. C'est, pour eux, une source de revenus complémentaires et stables.

500.000 participants sur Wecandoo

Et l'idée a fait du chemin. « Depuis quelques années déjà – cela a commencé un peu avant la pandémie et cela s'est renforcé depuis –, l'attrait pour les initiations aux métiers d'art grandit », assure Anne-Sophie Duroyon-Chavanne, directrice de l'Institut national des métiers d'art (INMA). « La céramique, en particulier, cartonne depuis le début. Mais aussi tous les métiers de bouche », complète Edouard Eyglunet, cofondateur de la plateforme de réservation d'ateliers chez les artisans, Wecandoo.

« Parmi les tendances incontournables de 2023, il y a le tufting (tricotage au pistolet à laine), dont la participation a augmenté de 200 % l'an dernier, mais aussi tout ce qui tourne

autour des boissons fermentées (+100 %), les oyas en céramique (+80 %), et la coutellerie (+50 %) », détaille aux Echos Entrepreneurs la plateforme Wecandoo.

Chez le coutelier d'art Charles Ballerai, installé à Paris, les ateliers peuvent rapporter jusqu'à 80 % de son chiffre d'affaires.

En six ans, Wecandoo est devenu incontournable en France. Un demi-million de participants y ont déjà eu recours pour un atelier, 2.700 artisans s'y sont inscrits dont 900 nouveaux rien que l'année dernière. En 2023, le chiffre d'affaires a atteint 20 millions d'euros, en hausse de 35 % par rapport à 2022. Ces derniers mois, le site s'est également ouvert à l'international (Pays-Bas, Belgique, Royaume-Uni).

Une aubaine pour les artisans

« L'artisanat est à la mode. Rien que sur les métiers d'art, qui réunissent 281 métiers différents, la France comptabilise environ 60.000 structures, dont plus de la moitié sont des indépendants, pour un chiffre d'affaires cumulé estimé entre 15 et 17 milliards d'euros », rapporte

Anne-Sophie Duroyon-Chavanne (INMA).

Si ces métiers font rêver, ils restent toutefois difficiles, et souvent peu reconnus. « Pendant des années, le système scolaire a dénigré ces professions au profit des métiers du service. Il faut encore aujourd'hui faire preuve de pédagogie pour montrer que les carrières de l'artisanat ne sont pas des voies de garage. Bien au contraire », poursuit Edouard Eyglunet.

En ouvrant les portes de leurs ateliers, les artisans « font découvrir leur métier, leur savoir-faire et permettent aux gens de comprendre le vrai prix des objets qu'ils proposent », note le cofondateur de Wecandoo. « Cela leur permet aussi de se connecter à leur clientèle, voire de la faire grandir. Ils deviennent les ambassadeurs de leur métier », explique Edouard Eyglunet, qui assure que 85 % des participants aux ateliers ont déclaré consommer plus artisanal qu'avant.

Une concurrence qui se fait rude

Surtout, les artisans s'assurent un matelas financier non négligeable. « Environ 800 euros par mois, en moyenne », pour les artisans de Wecandoo, selon Edouard Eyglunet. Et parfois plus.

Chez les best-sellers, comme le coutelier d'art Charles Ballerai, installé à Paris, les ateliers peuvent rapporter « jusqu'à 80 % de son chif-



Une multitude d'offres d'ateliers sont disponibles sur la plateforme Wecandoo, 2.700 artisans s'y sont inscrits dont 900 nouveaux rien que l'année dernière. Gualtiero Boffi/Shutterstock

fre d'affaires », et lui assurer une visibilité financière sur l'année à venir.

Mais tous ne sont pas dans ce cas. « De mon côté, les ateliers fonctionnent mieux en direct depuis mon site Internet, et peinent à démarrer sur les plateformes. Pour l'instant, je vis principalement de mes ventes », confie Julie Lefebvre, souffleuse de verre en Corrèze.

La concurrence commence à se faire rude. Parmi la multitude

d'offres d'ateliers sur les plateformes comme Wecandoo, il n'est pas toujours facile de se démarquer. « Et puis, il faut réussir à trouver le bon format pour que cela ait un sens, avec la durée adéquate et au bon prix pour continuer d'attirer des gens tout en restant rentable pour l'artisan », ajoute la souffleuse de verre. Un équilibre qui n'est pas toujours facile à trouver tout en maintenant en parallèle son activité principale : celle d'artisan. ■

Sur le web

● VINS

Pif à Papa, la start-up qui récolte 30% de son chiffre d'affaires grâce aux ateliers grand public.

● TEXTILE MADE IN FRANCE

La fondatrice de Mijuin, Pauline Beuzelin, participe à la renaissance de la filière du lin.

Sur entrepreneurs.lesechos.fr

COMMUNIQUÉ

TRIBUNE

« Une vraie banque digitale dédiée aux professionnels : un sérieux atout quand on est Indépendant ! »



Bertrand CIZEAU, Directeur Hello bank!

Avec déjà 3 ans d'existence et de plus en plus de professionnels qui font le choix de nous faire confiance, Hello bank! Pro réaffirme son statut de banque digitale spécialiste des Indépendants. Avec une vocation : faciliter la vie des Indépendants dans leurs nouveaux projets professionnels qui vont souvent de pair avec un nouveau projet de vie. Car lorsque l'on se lance en tant qu'Indépendant, tout devient précieux : le temps, l'argent, l'énergie que l'on doit mobiliser pour ses clients... Et les enjeux ne manquent pas !

UN COMPTE PRO 100% CONNECTÉ POUR GÉRER AU MIEUX SON ACTIVITÉ

Hello bank! Pro, en France, c'est la vraie banque digitale des Indépendants. Dans banque digitale, il y a banque et digital. Faire banque pour les entrepreneurs, c'est un métier, celui d'établissement bancaire agréé, qui garantit à nos clients d'être

aussi accompagnés sur la totalité de leurs besoins en matière de financement. C'est la possibilité de bénéficier d'une facilité de caisse au quotidien, de terminaux de paiements, mais aussi de solutions d'épargne ou d'assurance. Le tout, avec un niveau de sécurité maximal pour leurs opérations et données personnelles. Faire banque, c'est également apporter toute solution utile extra bancaire pour faciliter le quotidien de nos clients, comme l'édition de devis ou factures.

Le faire de manière digitale, c'est encapsuler cette expertise dans une app mobile, fluide et sécurisée qui permet d'avoir la main pour gérer en quelques clics son quotidien bancaire.

LA HELLO TEAM PRO, DES CONSEILLERS BANCAIRES DÉDIÉS AUX INDÉPENDANTS.

Freelances, commerçants, artisans, professions libérales... Autant d'entrepreneurs qui ont fait le choix de travailler en Indépendants sans pour autant vouloir être seuls au quotidien. Un service bancaire digital complet repose aussi sur la qualité de la relation humaine, nous permettant d'être n°1 de la relation client digitale. Nous avons donc fait le choix de mettre en place une équipe de conseillers bancaires spécialisés sur les enjeux des Indépendants. Ils sont basés à Lille et joignables par tchat, messagerie sécurisée ou téléphone, du lundi au samedi. Une expertise reconnue puisque nous sommes la banque digitale la plus recommandée par ses clients en 2023 et 90% de nos clients professionnels se déclarent satisfaits de nos services.

HELLO BANK!, LA BANQUE DIGITALE DE BNP PARIBAS

Hello bank!, c'est la banque digitale de BNP Paribas. Un adossement rassurant à une grande banque qui permet aux professionnels de profiter de tous les avantages d'une offre 100% digitale tout en bénéficiant de la solidité de la 1^{ère} banque européenne. Une banque en ligne, oui, mais surtout en mieux.

bpifrance CRÉATION LE COQ CRÉA

PRÉPAREZ-VOUS À RÉUSSIR VOTRE CRÉATION D'ENTREPRISE

bpifrance-creation.fr

Découvrez comment Bpifrance peut soutenir, accompagner et financer la création de votre entreprise.

Dans le business, l'échec est un scénario qu'il faut toujours anticiper

ENJEUX Le business en mode sans échec est une illusion de tableur Excel. Pour atteindre la réussite, il faut envisager la possibilité de l'échec.

Eva Aronica

« Echec est un gros mot en France. Il faut le dédramatiser », assène Samira Himeur, directrice générale de 60.000 Rebonds, association qui a accompagné 1.020 entrepreneurs après leur faillite en 2023. Le constat est clair. Pour la société en général, l'échec est synonyme de honte et de déclassement. Pour les entrepreneurs, en revanche, l'échec est le plus souvent vécu comme un apprentissage.

Car un échec n'est jamais total. Dans chaque projet, même non abouti, il y a des réussites à relever, des enseignements à tirer. Selon une enquête de l'ObSoCo sur 5.990 porteurs de projet accompagnés par le réseau BGE entre 2018 et 2022, l'immense majorité des entrepreneurs qui ont fermé une boîte, plus de 90 % d'entre eux, ne regrettent rien. Mieux, ils le feraient. Peut-être pas tout à fait de la même manière, mais ils le feraient. Et pour rebondir, la plupart d'entre eux affirment préférer créer une nouvelle entreprise plutôt que d'accepter un emploi salarié.

Dans chaque projet, même non abouti, il y a des réussites à relever, des enseignements à tirer.

Pourtant l'échec a un coût. « Quand un entrepreneur perd sa société, il perd son emploi, perçoit peu d'aides et a souvent des dettes », explique Dimitri Pivot, président de Second Souffle, association qui accompagne les entrepreneurs en difficulté. « Nous sommes le SAV de l'entrepreneuriat. » Selon les études, environ une entreprise sur deux s'échoue sur les plages de la liquidation ou du rachat avant son cin-



L'échec est le plus souvent vécu comme un apprentissage.

quième anniversaire. « Souvent, les personnes qui échouent ne possèdent pas la posture entrepreneuriale », regrette Dimitri Pivot.

Défaillance multifactorielle Réduire les causes de l'échec, c'est la mission de tout porteur de projet. Et cela commence avant même la création. « On considère que les entrepreneurs sont capables de décider, c'est-à-dire avoir les compétences et la maîtrise de son système », explique Sophie Jalabert, déléguée générale du réseau BGE qui accompagne plus de 60.000 porteurs de projet chaque année.

La première raison de l'échec, c'est la faiblesse de la fonction com-

merciale, le peu d'appétence des entrepreneurs pour la vente et une mauvaise relation client. Dans 71 % des cas, les cessations d'activité sont liées à des difficultés économiques, observe l'étude BGE-ObSoCo. L'état de la trésorerie doit être surveillé comme le lait sur le feu. Dimitri Pivot recommande d'ailleurs d'être accompagné dès les premiers signaux d'alerte. C'est, selon lui, la condition première pour sauver son entreprise.

Quand la défaillance pointe son nez, il faut savoir distinguer résilience et entêtement. Sophie Jalabert rappelle l'importance de se confronter à des regards extérieurs. « Il faut échanger avec des experts et des pairs sur les questions de business et avec ses proches sur notre évolution personnelle. S'ils ne vous

reconnaissent plus, c'est mauvais signe. » Pour la déléguée générale de BGE, il faut être capable de se projeter dans l'échec avant même qu'il n'arrive. « Il y a des stratégies assurantielles, l'achat d'expertise pour nourrir son projet de conseils avisés, cela permet de limiter la chute. »

Adapter la prise de risque

Les entrepreneurs envisagent rarement l'échec en amont. Or, pour Sébastien LAot, directeur général adjoint de l'Adie, même si c'est contre-intuitif, il faut anticiper. « Nous revendiquons le droit de réussir en accompagnant financièrement des projets, mais aussi le droit de ne pas réussir. Pour que l'échec ne soit pas insurmontable, il est beaucoup plus important de calibrer la perte acceptable que de faire des plans de trésorerie à trois ans. » Avec l'expérience, il observe que ceux et celles qui arrivent avec des business plans très ambitieux et des visions idéalisées échouent plus fréquemment.

Dès le début de l'accompagnement, l'Adie fait en sorte que les conséquences en cas d'échec soient supportables. L'association veille à ce que la prise de risque économique soit adaptée à la situation personnelle des entrepreneurs. Le montant et la durée du prêt sont adaptés à leur capacité de remboursement. Limiter la casse est donc primordial. C'est une condition indispensable au rebond. Comme de faire son deuil et de tirer les leçons de l'échec. Au sein de 60.000 Rebonds, « on accompagne les entrepreneurs à prendre leur part de responsabilité », souligne Samira Himeur.

Dans l'écosystème de l'entrepreneuriat, il se dit beaucoup que les entrepreneurs ayant échoué ont appris de leurs échecs et qu'ainsi ils ont plus de chances de réussir un nouveau projet. Mais aucune étude ne nous permet de valider cette hypothèse. Il se dit aussi que les serial entrepreneurs créent des entreprises plus ambitieuses, plus disruptives, à l'image d'Elon Musk. ■



Victor Nahmias et Corentin Gaudelot, deux étudiants d'ESCP Europe, ont rencontré des entrepreneurs qui ont fermé ou vendu leur entreprise.

« Faire face aux difficultés est le propre de l'entrepreneur »

Fermer son entreprise, se séparer entre associés, être dépassé par la croissance... Victor Nahmias et Corentin Gaudelot ont rencontré 30 entrepreneurs qui témoignent de ces moments douloureux pour tout créateur d'entreprise.

Pourquoi écrire sur l'échec des entrepreneurs ?

Nous avons remarqué que dans les médias et sur les réseaux sociaux, on parlait beaucoup des levées de fonds et des succès des entrepreneurs au sens large, mais très peu de témoignages d'échecs. Ni de faillite totale, ni de petites difficultés du quotidien. Le sujet était presque tabou, notamment si on le met en perspective avec les stratégies de communication des dirigeants qui font beaucoup de personal branding. Bien que ça tende à évoluer, parler de son échec n'est pas une démarche évidente du point de vue des fondateurs, alors nous avons voulu questionner les entrepreneurs sur le sujet.

Vous avez conduit 30 entretiens. Quelle vision de l'échec en tirez-vous ?

Ça a vraiment dédramatisé le sujet. Faire face aux difficultés est le propre de l'entrepreneur. Nous avons observé une différence selon les entrepreneurs. Tous

n'ont pas la même interprétation de l'échec et ne sont pas autant à l'aise pour appréhender leurs erreurs et en parler. Pour certains, évoquer les facteurs internes était très compliqué. Par exemple, François de Fitte de Popchef a mis en avant sa difficulté à garder la face même dans les moments compliqués. Ses salariés le questionnaient sur sa motivation et son état d'esprit. Ils avaient l'impression que même les dirigeants baissaient les bras.

Qu'est-ce qui vous a le plus surpris dans ces témoignages ?

C'est assez perturbant de voir à quel point les entrepreneurs sous-estiment l'humain dans le recrutement et le management, mais aussi entre associés. L'exemple d'Adrien Montcoudiol, fondateur de Mozza, nous a marqués. Avec son ancien associé ils se sont rendu compte, au bout de neuf mois, qu'ils ne partageaient pas la même vision de leur entreprise et ils ont dû se séparer. Après coup, une autre chose nous surprend. L'expérience des uns ne suffit pas à éviter les erreurs des autres. Même bien accompagnés, les entrepreneurs rencontrent des difficultés. Cela fait partie du parcours et ce n'est d'ailleurs pas forcément mauvais, au contraire ! C'est une forme d'apprentissage. *Propos recueillis par E. A.*

REBOND

Comment Sandra Rey a-t-elle géré la liquidation judiciaire de Glowee ?

Après le dépôt de bilan de Glowee, son entreprise d'éclairage bioluminescent, Sandra Rey a mobilisé son équipe pour monter une exposition et attirer des investisseurs. Aujourd'hui, elle porte un nouveau projet.

« Ceci n'est pas un échec, ceci est une étape », clame Sandra Rey, fondatrice de Glowee sur LinkedIn lorsqu'elle annonce l'ouverture d'un redressement judiciaire pour son entreprise en mars 2023. L'entrepreneuse de 34 ans a créé Glowee en 2014, une entreprise destinée à révolutionner l'éclairage urbain grâce à la bioluminescence.

Malgré des développements prometteurs et plus de 4 millions d'euros levés entre financement participatif, equity, subventions et prêts à l'innovation, Glowee a été placée en liquidation judiciaire après avoir épuisé sa trésorerie. « On a été forcé de déposer le bilan, puis toutes les étapes se sont enchaînées. Je savais que ce ne serait pas ma boîte, que j'abandonnais mon bébé. » L'entrepreneuse ne baisse pas les bras pour autant.

Pour susciter l'intérêt de potentiels repreneurs, Sandra Rey a tenté l'impossible. Elle a voulu démontrer que Glowee et son équipe étaient capables de générer de l'argent rapidement. Et a donc déployé une nouvelle activité : Bio-

lumia, une exposition immersive sur la bioluminescence. « On arrête tout. On va créer ensemble une exposition, on va vendre des tickets et des produits », déclare Sandra Rey à ses salariés. Fièrement, elle l'admet : « C'était une expérience magnifique qui nous a permis de voir qu'on était technologiquement plus fort que nous le pensions. » Il aura fallu seulement trois mois entre l'idée et l'ouverture des portes de l'exposition à Paris le 3 juin 2023.

Tous ces efforts n'ont pas suffi. Alors que Glowee avait quatre

« L'échec a été un processus d'acceptation mental très intéressant. »

potentiels acheteurs, aucun n'a déposé de dossier de reprise et l'entreprise s'est retrouvée en procédure de liquidation judiciaire. Malgré les un million d'euros de dette, elle n'avait jamais imaginé cette issue fatale. Sur LinkedIn, elle écrit alors : « En deux heures, j'ai dû appeler mes salariés pour leur annoncer leur licenciement économique par le tribunal de commerce. Chaque annonce m'a brisé le cœur un peu plus. Une impression de les trahir, de les décevoir. »

Sandra Rey revient sur les causes de cette liquidation. D'abord, un problème de financement, lié

au marché « compliqué, risqué et politisé » sur lequel Glowee était positionné : les collectivités territoriales. Ensuite, une remise en question personnelle. « Peut-être que je n'étais pas la bonne personne, que j'ai mal géré la transition entre la recherche et la suite. »

Transformer l'échec en rebond

Pourtant, dès les premières difficultés, l'entrepreneuse a le réflexe de s'entourer, de faire appel à des mentors, des investisseurs. « Pour que ça se passe bien dans sa tête, il faut reconnaître qu'il y a un problème, y faire face et demander de l'aide », conseille-t-elle aux entrepreneurs qui traversent ce type d'épreuve. Sa force mentale lui a permis de rebondir. L'entrepreneuse porte déjà un nouveau projet, une entreprise qui verra le jour d'ici quelques mois. « Finalement, entreprendre, je crois que je ne sais faire que ça », reconnaît-elle.

Sandra Rey prévoit de s'associer avec l'un des entrepreneurs qui a failli racheter Glowee dans une start-up encore autour du biomimétisme. « Je vais pouvoir mettre à profit ce que j'ai appris en multipliant l'impact. Ce que je retiens, plus que l'échec, ce sont mes dix ans d'expérience avec Glowee. Ça m'a tout appris ! L'échec a été un processus d'acceptation mental très intéressant. Il m'a prouvé ma capacité de résilience. Rien n'est perdu. » — E. A.

MOTIVATION

La victoire est en nous : les points communs entre sportifs et entrepreneurs

Entre sport et business, les parallèles sont courants. Goût de l'effort, objectifs ambitieux, victoire au bout de l'épreuve et résilience à l'échec...

Certains suivent un business plan, d'autres un plan d'entraînement. On fait très souvent le parallèle entre entrepreneurs et sportifs. Dans les deux cas, leur investissement est au service d'une performance et d'un objectif espéré. « Tous deux sont aussi liés par une volonté d'accomplissement de soi, au prix d'un engagement personnel quasi total », estime Sabine Callegari. Cette psychanalyste spécialisée dans « le conseil aux dirigeants », accompagne aussi bien des entrepreneurs que des sportifs de haut niveau.

Mais l'analogie entre business et sport a des limites. Entrepreneurs et sportifs ont chacun leurs spécificités. « Le rapport à la concurrence, au temps et à la prise de risque n'est pas le même », constate Sabine Callegari.

Introspection et honnêteté Dans l'entrepreneuriat il peut y avoir une multitude de vainqueurs ; dans le sport, il n'y a qu'un seul vainqueur et beaucoup de vaincus. Sur la question du temps, plus un sportif est détecté jeune, plus il a de chance d'atteindre le haut niveau. En revanche, un jeune entrepreneur sera moins pris au sérieux qu'une personne expérimentée.

Et puis, un sportif joue sa réussite sur un temps très court, une dizaine d'années d'entraînement pour quelques jours de compétition. Pour décrocher une médaille d'or, tout se cristallise sur une journée aux Jeux Olympiques. Au contraire, un entrepreneur travaille sur un temps long dans l'objectif de pérenniser son entreprise. Pour lui, tout ne se joue pas

« Il faut avoir la volonté de comprendre le "pourquoi" de son échec. »

sur un pitch en quelques minutes face à des investisseurs.

L'échec, ou plutôt la non-réussite, est aussi vécu très différemment. Dans le sport, les événements de succès et de défaites se succèdent. François Trinh-Duc a été rugbyman professionnel. Cet ancien demi d'ouverture du XV de France s'est reconverti dans le business après un cursus à Grenoble Ecole de Management. « Quand on signe un sport, on sait qu'il y aura des déconvenues. On signe aussi pour les contre-performances. Le plus important, c'est l'introspection et l'honnêteté avec soi-même. Il faut avoir la volonté de comprendre le "pourquoi" de son échec. »

François Trinh-Duc préconise notamment de voir des victoires

dans les échecs. « Il y a aussi des choses qui marchent même dans l'échec. Travailler dans la victoire, c'est travailler dans la confiance. C'est plus constructif. Quand tout va bien, on est plus disposé à écouter les retours. »

Se défaire de ses peurs

L'échec dans le business est trop souvent perçu comme définitif. Il n'est pas envisagé comme faisant partie d'une future victoire. « Dans l'entreprise, il n'y a pas cette même conscience initiale du risque d'échec », ajoute Sabine Callegari. Pour enclencher le processus de résilience, la psychanalyste invite à reconnaître et redéfinir l'échec.

« Le mot "échec" est une manière de qualifier les choses. C'est un mot large et presque automatique. J'invite mes clients à reconfigurer leur représentation des choses, à la préciser, la subjectiver. C'est important de ne pas le nier. Je ne connais aucune trajectoire qui n'ait pas rencontré d'épreuves ou de revers. Et c'est peut-être là que l'entrepreneur ou le sportif se construit et évolue le plus », explique-t-elle.

Sabine Callegari appelle à actionner « le levier mental ». Selon elle, entrepreneurs et sportifs sont souvent pris dans des peurs, pour certaines inconscientes, qui produisent des constructions cérébrales limitantes. Son objectif est donc que les personnes qu'elle accompagne ne soient pas l'objet de leur échec mais en soient le sujet. — E. A.

Jeux Olympiques de Paris : ces entrepreneurs en piste pour le relai de la flamme

ENGAGEMENT Le parcours de la flamme olympique débutera le 8 mai 2024 à Marseille. Des entrepreneurs participeront à ce relai pas comme les autres. Ils et elles témoignent de leur joie d'avoir été sélectionnés.

Valérie Talmon

Des chefs et cheffes d'entreprise ont été choisis parmi plus de 100.000 candidatures pour être l'un ou l'une des 11.000 éclaireurs qui, du 8 mai au 26 juillet 2024 pour les Jeux Olympiques, et du 25 au 28 août 2024 pour les Jeux Paralympiques, prendront part au relai de la flamme.

Le mail annonciateur de la bonne nouvelle a été accueilli avec enthousiasme et beaucoup d'incrédulité. « Lorsque j'ai reçu le mail m'annonçant cette grande nouvelle, j'ai appelé ma banque qui m'avait proposé de me porter candidat, pensant à une erreur ! », raconte Marc Cortiana. Cet entrepreneur à temps partiel partage sa vie professionnelle entre un poste de cadre dans la banque et une activité d'apiculteur près de Tourcoing.

La valeur de l'effort

Julie Meunier, elle, a versé quelques larmes. « Quand j'ai reçu le mail, je n'y ai pas cru. Puis j'ai pleuré, car cela représente énormément pour moi. » Ancienne sportive en sport étude gymnastique, Julie a affronté puis vaincu, à 27 ans, un cancer du sein. De cette épreuve est née, il y a 7 ans, son entreprise, Les Frangynes, qui commercialise des prothèses capillaires partielles, des bandeaux avec fausses franges, pour les femmes atteintes d'alopécie. Une jolie revanche !

Incrédulité et fierté étaient aussi au rendez-vous pour Alix Magis de Lafage, créatrice de Feel & Run. « Je suis si émue, confie-t-elle. Lancer une entreprise, c'est un métier de galérien, et cette sélection, c'est une reconnaissance du message que je porte. Et mon fils est si fier ! » Cette ancienne cadre commerciale a créé, en 2021 dans le Var, une entreprise de coaching sportif collectif.

Ces trois critères ont présidé au choix des porteurs de flamme : l'énergie du sport, du territoire et du collectif.

Pour figurer parmi les relayeurs, ces entrepreneurs ont fait acte de candidature spontanée ou ont été approchés par les partenaires des relais (Coca-Cola, Banque Populaire et Caisse d'Épargne, les territoires traversés par le relais). « Honnêtement, je pensais que porter la flamme était réservé aux sportifs de haut niveau, poursuit Alix Magis de Lafage, avec modestie, elle qui enchaîne les triathlons. Fin 2023, ma banque m'a envoyé un lien d'inscription. Et j'ai eu le déclic. »

Au-delà de la fierté et du plaisir de participer à un tel événement, porter la flamme revêt aussi une valeur symbolique. « Je suis une



Porter la flamme, c'est beaucoup d'émotion et une forme de reconnaissance pour les entrepreneurs sélectionnés. Photo Benoist/AFP

sportive passionnée, explique Alix Magis de Lafage. J'ai mené une double vie : cadre dans de grandes entreprises le jour, enchaînant les courses durant mon temps libre. A 46 ans, j'ai décidé de créer Feel & Run pour montrer la forte congruence entre le physique et le mental. » Elle propose aux entreprises des ateliers de running, de préparation physique et mentale

à la course à pied.

L'entrepreneure combine en effet parfaitement les trois critères qui ont présidé au choix des porteurs de flamme : l'énergie du sport, du territoire et du collectif. « Nous voulons avoir un impact durable sur la santé des salariés, sur la qualité de vie au travail, sur la marque employeur. Nous travaillons à la fois

sur le corps, l'émotion et le mental, avec comme message que le sport est un outil de développement au travail et au quotidien. »

Dans l'équipe des Manaudou

Pour Julie Meunier, c'est un coup de fil qui déclenche sa candidature au relai de la flamme. « Je sortais de ma séance de CrossFit lorsque j'ai reçu un appel d'une banque dont je ne suis même pas cliente. »

Porter la flamme, être membre de cette immense équipe dont les capitaines sont Laure et Florent Manaudou, tous deux champions olympiques de natation, Mona Francis, championne de paratriathlon, et Dimitri Pavadé, médaillé d'argent aux paralympiques, c'est beaucoup d'émotion et une forme de reconnaissance pour Julie Meunier. « Porter la flamme arrive à un moment où j'avais besoin de réassurance. Avec Les Frangynes, entreprise sociale et solidaire, je m'engage à redonner le sourire aux femmes touchées dans leur corps par la maladie. Mais ce n'est pas toujours facile et il y a encore des mois où je ne peux pas me rémunérer. Être chef d'entreprise, c'est vivre des montagnes russes émotionnelles. »

Rendez-vous sur 200 mètres

Des ambassadeurs, voici comment ces entrepreneurs se voient. Marc Cortiana l'a écrit en toutes lettres

sur LinkedIn : « Les valeurs olympiques sont celles d'une société plus responsable et plus durable. Ce n'est pas très loin de nos valeurs et j'y vois un alignement de planètes avec notre activité. » L'entrepreneur aide à l'installation et à l'entretien de ruches et de jachères pollinifères. « Nous proposons à des entreprises et des collectivités l'installation et l'entretien de ruchers. Nous récoltons aussi le miel, mis en bocaux avec des étiquettes personnalisées. »

Les porteurs de flamme, sur un tronçon de 200 mètres, attendent encore les détails pratiques de leur participation, mais ils ont toutefois reçu une charte. Ils et elles s'engagent à ne pas s'approprier cette participation à des fins commerciales. « On nous a aussi fourni de quoi communiquer, des logos par exemple, explique Julie Meunier. Je suis tellement fière que je l'ai inclus dans ma signature électronique et, régulièrement, je communique dessus via mes réseaux sociaux professionnels, afin de mettre en avant les valeurs communes avec les Frangynes. »

De son côté, Marc Cortiana a posté la grande nouvelle de sa sélection sur LinkedIn. « Mon post a enregistré plus de 4.000 vues en 15 jours !, s'étonne-t-il. Et des clients sont venus me féliciter. Une belle surprise ! » Quant à Alix Magis de Lafage, elle explique que beaucoup de ses clients ont décidé spontanément de venir la soutenir sur ces 200 mètres. ■

COMMUNIQUÉ

TRIBUNE

Propriété industrielle : stop aux idées reçues !

Trop chère, trop complexe, réservée aux grandes entreprises...

Ces affirmations, les chargés d'affaires de l'INPI au contact des entreprises les entendent fréquemment. Pourtant, la propriété industrielle est avant tout synonyme d'avantage compétitif, de rentabilité, de sécurité, de crédibilité !

Car la propriété industrielle n'est pas « chère ». Il s'agit d'un investissement, qui doit être pris en compte dès le début du projet, dans la perspective des bénéfices commerciaux attendus.

Ce qui coûte cher, c'est surtout de ne pas avoir de titres de propriété industrielle pour protéger son marché.

La propriété industrielle n'est pas complexe. Plus exactement, la gestion de sa complexité n'est pas du ressort des entrepreneurs et créateurs, mais des spécialistes qui les accompagnent, notamment l'INPI mais également les conseils en propriété industrielle. La responsabilité des entrepreneurs, c'est d'anticiper et de bien s'entourer.

La propriété industrielle n'est pas non plus réservée aux grandes structures. Protéger sa technologie, sa marque, l'esthétique de ses produits, doit être un réflexe quelle que soit la taille de l'entreprise. A contrario, ne pas protéger son innovation constitue un risque majeur pour la rentabilité et la pérennité des petites et moyennes entreprises : perte de chiffre d'affaires, perte d'avantage concurrentiel, perte de marchés.

Les brevets, les marques et les dessins & modèles constituent des actifs solides. En plus d'être une protection efficace en France et à l'étranger, les titres de propriété industrielle permettent à leurs détenteurs de convaincre des investisseurs ou de créer des opportunités de collaboration. Il est primordial d'y penser dès les prémices d'un projet, et même en amont, pour éviter les mauvaises surprises. Il s'agit d'outils économiques stratégiques qui permettent souvent de prendre un avantage compétitif décisif.

La priorité de l'INPI est de sensibiliser les plus petites entreprises à la nécessité de s'approprier la propriété intellectuelle et de leur fournir l'accompagnement leur permettant de construire une véritable stratégie. L'an dernier, plus de 7 000 PME et start-up ont ainsi pu bénéficier de notre accompagnement : formations, coaching personnalisés, prestations de services, aides au financement.



Pascal FAURE, Directeur général de l'INPI



©Photos : StockPhotoPro - Adobe stock

ENTREPRENEUR + AVOCAT

Les avocats, partenaires de votre croissance.

Trouvez votre avocat sur avocat.fr

CONSEIL NATIONAL
DES BARREAUX
LES AVOCATS

Donner à tous la chance d'entreprendre

2024 sera résolument marquée par l'engagement des CCI pour un entrepreneuriat inclusif et riche des initiatives portées par tous les talents de nos territoires. Alain Di Crescenzo, le président de CCI France, va chercher les forces vives, les énergies et les idées partout où elles se trouvent pour faire de la France un pays d'entrepreneurs forts et engagés, où la chance d'entreprendre est donnée à chacune et à chacun.



Alain Di Crescenzo, Entrepreneur et Président de CCI FRANCE

Le développement de l'entrepreneuriat en France, est-il toujours une priorité des Chambres de commerce et d'industrie ?

L'entrepreneuriat, c'est l'ADN, la mission première et la raison d'être de nos CCI sur tous les territoires. Nous allons chercher les forces vives, les énergies et les idées partout où elles se trouvent. Nous les cultivons, nous les faisons éclore et nous les développons pour les transformer en projets puis en entreprises. Chaque année, les 122 CCI sensibilisent et accompagnent plus de 420 000 porteurs de projet. Nous avons une obsession et elle est inscrite dans notre Plan stratégique : « faire de la France un pays d'entrepreneurs forts et engagés ».

Cette dynamique entrepreneuriale existe-t-elle aussi dans les quartiers dits prioritaires ?

Les quartiers prioritaires de la ville catalysent peut-être encore davantage d'énergies, de forces vives, d'ambitions et d'idées que n'importe lequel de nos territoires. Preuve en est, après 3 ans d'activité, 77% des entreprises créées dans les quartiers prioritaires de la ville (QPV) sont pérennes. Et si, aujourd'hui, le passage à l'acte entrepreneurial dans les quartiers demeure plus difficile que pour le reste de la population, la dynamique est là : 1 personne sur 4 habitants dans des QPV participait à une étape de l'aventure entrepreneuriale en 2023, contre 1 sur 5 en 2021. La dynamique existe et les CCI ont à cœur de l'accompagner.

« Donnons à tous la chance d'entreprendre », est-ce le message que vous souhaitez porter à Go Entrepreneurs ?

Au-delà des chiffres, l'entrepreneuriat dans les quartiers c'est aussi de belles histoires : des histoires de jeunes, mais pas seulement, qui ont su trouver en eux la ressource, le courage, l'envie, pour se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. Cette aventure, ils la tentent dans des conditions qui sont parfois compliquées. J'aimerais notamment citer l'exemple d'une entrepreneure, lauréate du concours « 101 Femmes

Entrepreneurs » organisé début mars à Matignon avec le réseau des CCI : Yasmine lamarene, fondatrice et Présidente de MiPi, une entreprise de livraison éco-responsable. J'ai la chance de pouvoir échanger avec cette entrepreneure inspirante lors de la Main Stage de Go Entrepreneurs le 3 avril à 10h25 sur le thème « Donner à tous la chance d'entreprendre ». Des parcours comme le sien sont autant de témoignages de la possibilité de mener à bien une aventure entrepreneuriale pleine de succès, dès lors que la volonté est présente, et dès lors qu'un accompagnement suffisamment ambitieux est permis.

Comment accélérer la détection des talents dans ces quartiers ?

Je suis convaincu que nous avons, en tant qu'acteurs publics, une véritable responsabilité vis-à-vis de ces quartiers et notamment des jeunes qui y vivent, la responsabilité d'accompagner cette dynamique. Sur cet enjeu, un mot d'ordre doit prévaloir sur tous les autres : rassembler. Pour aller chercher dans tous nos quartiers l'ensemble des talents et des vocations au service de notre économie. Il est impératif que nous agissions collectivement : services de l'État, associations, collectivités, entreprises, acteurs du financement, acteurs de la formation... Je crois profondément que l'une des forces des CCI est leur capacité à fédérer l'ensemble de cet écosystème pour faire de l'entrepreneuriat un levier de développement et d'épanouissement pour les habitants de ces quartiers dits prioritaires.

Quelle est la force des CCI pour accompagner celles et ceux qui souhaitent entreprendre ?

Le réseau des CCI, par sa connaissance du maillage territorial, par sa présence au plus proche des populations et des entreprises, est un acteur de référence pour sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat, accompagner celles et ceux qui ont des idées à les concrétiser ou encore développer des projets pour en faire des entreprises pérennes et créatrices d'emplois. À travers nos partenariats nationaux déclinés localement, notamment celui avec « Les Entreprises s'engagent », notre mission est également celle de faire connaître à toutes et à tous, les opportunités qui se présentent lorsque l'on s'engage sur la voie de l'entrepreneuriat.

Les CCI sont-elles déjà mobilisées dans les territoires ?

Partout en France, les CCI sont déjà largement mobilisées autour de cet enjeu. Je pense notamment à la CCI de la Seine-Saint-Denis autour de l'initiative « un chef d'entreprise dans les quartiers » qui vise à faire découvrir des parcours inspirants. Je pense également à la CCI Provence Aix-Marseille, qui prend toute sa part dans le plan « Marseille en Grand ». Bien d'autres initiatives existent partout en France avec l'appui des CCI.

Comment aller plus vite et plus loin sur cet enjeu ?

Je souhaite aller plus loin et capitaliser sur cette dynamique au niveau national en lien avec le programme Quartiers 2030 porté par le Président de la République. C'est la raison pour laquelle je souhaite que le réseau des CCI soit partie prenante au Comité national « Entrepreneuriat Quartiers 2030 » lancé au mois de mars et qui sera décliné localement dans les territoires volontaires. Les CCI auront toute leur part à prendre dans ce nouveau dispositif de gouvernance, aux côtés de l'ensemble des parties prenantes, au premier rang desquels Bpifrance, l'Agence nationale de la cohésion des territoires, les préfets, les élus locaux, les entreprises et les associations. Cette politique publique prioritaire du Gouvernement sera,

dans ce cadre, dotée de moyens inédits, avec un triplement du financement public (456 millions d'euros sur 4 ans), et le déploiement de solutions financières innovantes aux côtés de partenaires privés (banques, fonds d'investissement...) pour un objectif de 2,3 milliards d'euros levés par les entrepreneurs des quartiers d'ici 2027. L'ensemble de ces moyens seront dédiés à l'intensification des actions de soutien à destination des entrepreneurs des quartiers, qu'il s'agisse de sensibiliser, de susciter des vocations, de détecter des potentiels, et surtout d'accompagner concrètement les porteurs de projets. Le réseau des CCI a donc bien sûr toute sa place dans ce dispositif.

“

L'entrepreneuriat, c'est l'ADN, la mission première et la raison d'être de nos CCI sur tous les territoires.

Les CCI, un réseau en action pour faire de la France, un pays d'entrepreneurs forts et engagés ?

Je souhaite que la présence du réseau des CCI sur le salon Go Entrepreneurs, pour sa 31^{ème} édition, rappelle à tous l'engagement des 122 CCI pour développer une France d'entrepreneurs forts et engagés, mais aussi cette année qu'elle soit orientée vers l'entrepreneuriat dans les quartiers. 2024 sera résolument marquée par l'engagement de notre réseau et de nos chefs d'entreprise pour un entrepreneuriat inclusif, riche de toutes les initiatives et capable d'aller vers tous les potentiels et tous les talents de nos territoires. Ensemble, engagés, c'est la seule manière de relever les défis économiques et d'allier croissance économique et développement.



Retrouvez la prise de parole d'Alain Di Crescenzo sur le thème « Donner à tous la chance d'entreprendre » le 3 avril à 10h25 sur la Main Stage de Go Entrepreneurs.