

MICRO-ENTREPRISES LES NOUVEAUX PETITS PATRONS

De salarié à patron de PME, il n'y a souvent qu'un pas. A l'occasion du Salon des micro-entreprises, qui ouvre ses portes le 10 octobre, « Le Figaro Magazine » dresse le portrait d'entrepreneurs d'un nouveau genre.

PAR GHISLAIN DE MONTALEMBERT

VOICI LES NOUVEAUX entrepreneurs. Diplômés, dotés d'une expérience de plusieurs années, travailleurs, ils sont plutôt appréciés dans leur entreprise. Mais un beau jour, ils annoncent sans prévenir qu'ils s'en vont, larguant le confort de la vie salariée pour la précarité du statut d'entrepreneur. Faut-il être fou pour abandonner ainsi un job confortable et devenir petit patron ? Sans doute un peu. Ou du moins doit-on se sentir l'âme d'un aventurier, tant le parcours du créateur d'entreprise en France est semé d'embûches. Ils sont pourtant de plus en plus nombreux à ne plus s'en effrayer. Plus de la moitié des nouveaux créateurs d'entreprise sont aujourd'hui des salariés en activité qui décident de se jeter à l'eau, concrétisant un projet innovant ou une idée

géniale. Leurs motivations premières : le goût d'entreprendre (56 %), mais surtout... le désir d'être indépendant (69 %).

Sociologues et experts en gestion des ressources humaines se sont penchés avec intérêt sur le sujet, y voyant certes l'expression d'un souffle nouveau – les Français retrouveraient-ils le goût d'entreprendre ? –, mais aussi l'illustration d'une certaine forme de divorce entre les salariés et la grande entreprise : survalorisée dans le passé, celle-ci ne répondrait plus tout à fait à leurs attentes. Déception des cadres mis en permanence sous pression, ras-le-bol de l'absence de progression des rémunérations et du manque de considération, envie de travailler pour soi et non plus pour sa hiérarchie, voire

GONZAGUE DE BLIGNIÈRES

« ILS ONT PLUS
DE CULOT QU'AVANT »



PRÉSIDENT DE BARCLAYS Private Equity France, Gonzague de Blignières est également à la tête de Paris Entreprendre*, une association de chefs d'entreprise qui s'engage à soutenir bénévolement des porteurs de projets.

Le Figaro Magazine – Conseilleriez-vous à un jeune de créer son entreprise, aujourd'hui ?

Gonzague de Blignières – Oui, mais avoir une bonne idée n'est pas un gage de réussite. Ce qui compte avant tout, c'est le charisme du futur chef d'entreprise : il devra savoir séduire ses clients, ses partenaires, son banquier... Cela ne s'improvise pas. Quelqu'un de génial peut faire vivre une idée moyenne, mais l'inverse n'est pas vrai.

Voyez-vous beaucoup de salariés se lancer dans l'aventure de la création d'entreprise ?

Ils sont de plus en plus nombreux. Ils en ont assez de jouer les petits soldats dans les grands groupes et veulent être les seuls

maîtres de leur destin. Ils ont envie de créer quelque chose, de la valeur, de la richesse, sans pour autant courir après l'argent.

Le profil des entrepreneurs a-t-il évolué ?

Les créateurs d'entreprise se lancent aujourd'hui beaucoup plus souvent par choix que par nécessité. C'est véritablement l'envie de réussir et de s'accomplir personnellement dans leurs nouvelles fonctions qui les incite à passer à l'acte. Les comportements individuels ont par ailleurs changé. Les créateurs ont moins de retenue qu'avant : ils y vont davantage au culot que leurs aînés.

Selon vous, est-il plus aisé d'entreprendre aujourd'hui qu'il y a vingt ou trente ans ?

Je le crois. Les relations avec l'administration ont été simplifiées. Il est aussi plus facile de se faire connaître et de démarrer son activité, grâce à internet notamment. Mais les problèmes de financement, au démarrage, restent entiers. Les banquiers, en France, sont trop frileux ; ils rechignent encore à prêter de l'argent aux créateurs d'entreprise. Il faudrait aussi que les patrons des grandes entreprises s'impliquent davantage et donnent de temps à autre un coup de pouce aux créateurs. ■ **Propos recueillis par G. M.**

* www.paris-entreprendre.org



« La Vache à boire », lancée en septembre par deux copains d'enfance, Michel et Augustin, est déjà un succès pour ces pros du marketing.

>>> d'anonymes actionnaires... Les explications du phénomène sont légion, justifiant l'aspiration somme toute légitime du créateur d'entreprise : réaliser un rêve. Son rêve.

« On voit véritablement émerger une nouvelle génération d'entrepreneurs, explique Alain Bosetti, créateur du Salon des micro-entreprises, qui s'apprête à accueillir 30 000 visiteurs cette semaine. Ils ont 30 à 35 ans, des diplômes, et une vraie culture du résultat acquise dans de grands groupes. Plus ouverts sur le monde que leurs prédécesseurs, ils ont tous les atouts pour réussir. »

Exemple : Michel et Augustin. Deux copains d'enfance, mais surtout deux cadres de haut niveau qui, à tout juste 30 ans, viennent de troquer costume et cravate pour un tablier et une toque de pâtissier. Avec succès : il sont en train de faire un vrai malheur avec leurs petits sablés (pavot, vanille, pépites de chocolat, amandes...) et, plus récemment, de savoureux laits baptisés « La Vache à boire » que l'on retrouve, sous la marque Michel & Augustin, chez Colette (le « concept-store » ultratendance de la rue Saint-Honoré, à Paris), dans les rayons de Monoprix, de Lafayette Gourmet, de la Grande Epicerie du Bon Marché, comme déjà dans

600 points de vente en France. Qui aurait imaginé que Michel de Rovira, diplômé de l'ESCP-EAP, ancien consultant en stratégie passé par le Crédit lyonnais à New York, puis l'Insead, se reconvertirait un jour dans... les petits sablés ? Le trentenaire confie en avoir fabriqué 100 000 de ses propres mains, au début. Et il se réjouit d'être ainsi dans le concret jusqu'au cou. « Je sais enfin concrètement le métier que j'exerce – je vends des boîtes de biscuits ! – et cela, c'est vraiment satisfaisant, confie-t-il. Nettement plus, en tout cas, que de pondre des rapports de quarante pages que personne ne lira peut-être jamais... »

DÉMARRER L'ESPRIT TRANQUILLE

Même profil pour Augustin Paluel-Marmont : diplômé de la même grande école de management, il a fait ses classes au Club Med, puis chez Air France, avant de se lancer dans l'aventure. « Nous vendons 50 000 paquets de sablés chaque mois », se réjouissent les deux trublions du goût. Pas mal pour une jeune entreprise dont l'activité n'a démarré que depuis avril 2005 ! La clé de ce succès : des produits 100 % bio (que de la farine, des œufs, du beurre et du sucre...) ; et un packaging inventif qui n'hésite pas à mettre en scène,

avec humour, « l'histoire vraie » des deux « bonshommes toqués ».

Pas si toqués que cela, cependant. Car les deux compères ont tous deux négocié avec leurs employeurs respectifs des « congés création ». Un véritable filet de sécurité qui permet au créateur d'entreprise de retrouver son job, avec le même salaire, au bout d'un an. Exactement comme dans le cadre d'un congé sabbatique. « Le congé création permet de bien étudier son marché avant de se lancer, et de démarrer l'esprit tranquille. C'est un peu la classe prépa de la création », explique Michel Fourcade, directeur de Carrefour entreprise Sarthe. Cette dynamique association, qui regroupe 460 adhérents (chefs d'entreprise, avocats, experts-comptables, banquiers...) ne se contente pas de délivrer de précieux conseils aux porteurs de projets, et éventuellement un prêt d'honneur. Elle leur verse également une part de leur ancien salaire brut pendant un an (70 % les six premiers mois, 50 % après), dans la limite de 28 000 euros par an. « 50 % des gens qui nous contactent occupent un emploi, assure Michel Fourcade. Et beaucoup sont de bon niveau. Dans une entreprise, soit les meilleurs trouvent leur place dans la structure soit ils s'en vont. Pourquoi pas en créant leur boîte ? » ■

DES INFORMATIONS, DES CONSEILS, DES PARTENAIRES...

Alors que la France se félicite de voir le chiffre des créations d'entreprise progresser d'année en année (230 480 nouvelles entités créées en rythme annuel, à la fin du mois d'août 2006), le Salon des micro-entreprises s'apprête à ouvrir ses portes à Paris les 10, 11 et 12 octobre. Un rendez-vous devenu incontournable pour tous ceux qui rêvent de monter leur affaire, mais aussi pour les dirigeants de TPE (très petites entreprises – moins de 20 salariés –), également appelées « micro-entreprises ». Souvent inconnues du grand public, celles-ci jouent un rôle déterminant : 96 % des entreprises françaises comptent moins de 20 salariés, et assurent 34 % de l'emploi privé en France. Que trouveront les 30 000 visiteurs attendus cette année au Salon des micro-entreprises ? D'abord une mine de renseignements et de conseils pratiques dispensés par 250 exposants, qu'il s'agisse d'experts-comptables, de banquiers, de prestataires de services (informatique, télécoms, internet...),

de représentants des chambres de commerce et d'industrie ou encore des très nombreuses structures publiques et associatives dont la vocation est de favoriser l'éclosion de nouvelles entreprises dans l'Hexagone. Des débats rythmeront ces trois jours de rencontres, pour tout savoir sur « la stratégie pour bâtir une entreprise innovante », « recruter et fidéliser les meilleurs collaborateurs quand on est une petite entreprise », « choisir la meilleure

protection sociale », « réussir sa création en franchise », « financer son projet », « utiliser efficacement un réseau social virtuel » afin d'entrer en contact avec des clients potentiels, des partenaires ou tout simplement échanger des informations... A noter, une conférence inaugurale sur un thème explosif : « Patron est-il devenu un gros mot en France ? » Salon des micro-entreprises, du 10 au 12 octobre 2006. Palais des congrès, Paris. www.salonmicroentreprises.com



Le Salon des micro-entreprises devrait accueillir 30 000 visiteurs.