

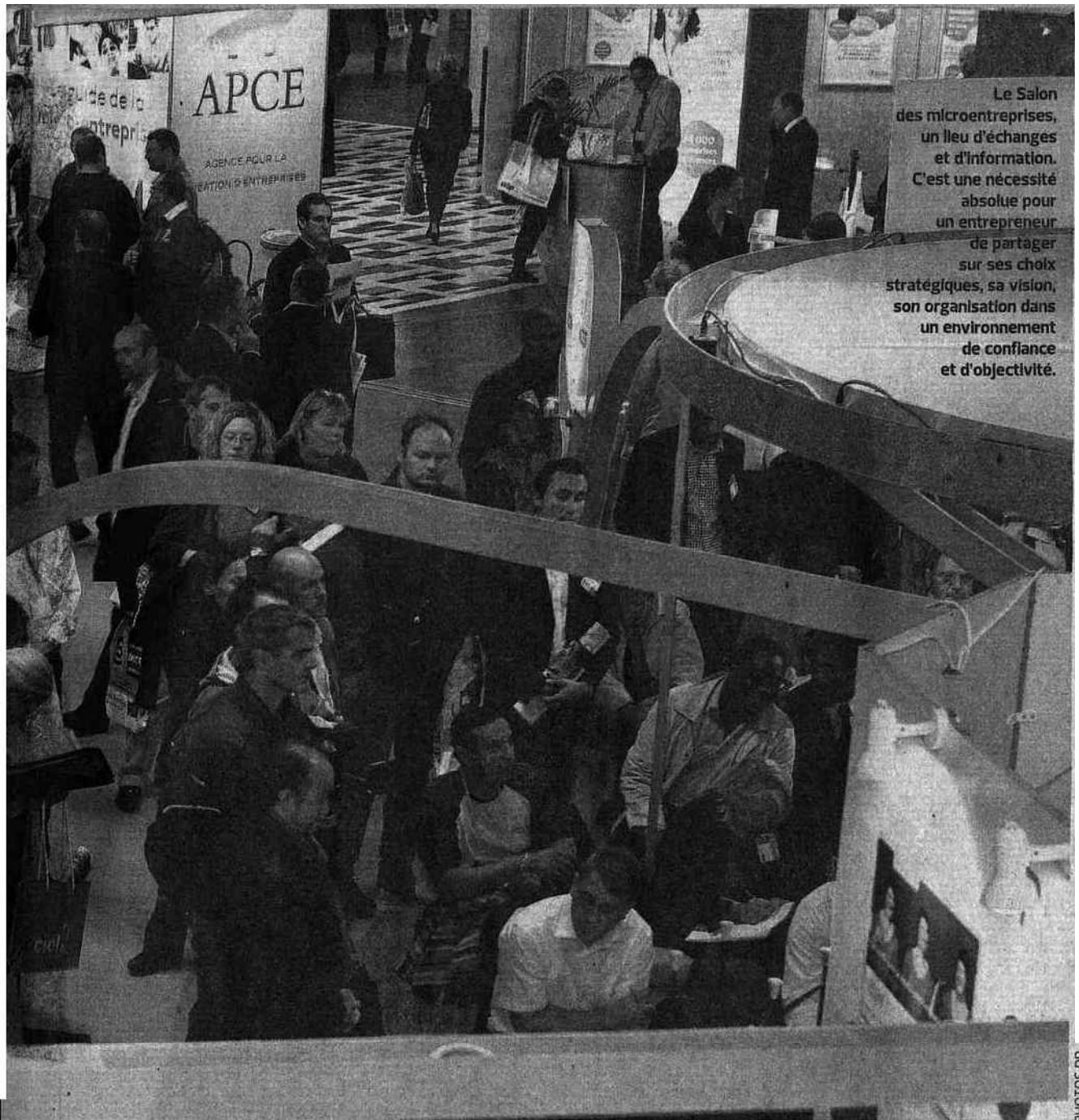


Paroles de créateurs d'entreprise

TEMOIGNAGES

Ils ont fait le choix de créer leur propre société. Quel bilan tirent-ils de cette expérience ? Seraient-ils prêts à revenir en arrière ? Conseilleraient-ils à d'autres de sauter le pas ?





ÉRIC CARREEL

En vingt ans, il a fondé quatre entreprises

Pour Éric Carreel, la création d'entreprise est une seconde nature. Pourtant, rien ne prédisposait ce chercheur de 52 ans à un tel destin. Tout commence en 1994, avec la création d'Inventel. « C'est d'abord l'histoire d'une équipe. On ne peut pas créer une entreprise sans équipe », aime-t-il répéter. Il est alors chercheur au sein du laboratoire de recherche de l'École supérieure de physique et de chimie industrielle. « Tout se passait bien avec les industriels pendant les phases de développement. Les choses se gâtaient après, quand le projet devenait un succès », relate-t-il. Pour « maîtriser son futur », il décide de se lancer dans l'entrepreneuriat. « Nous avons commencé sans savoir ce qu'étaient la comptabilité, une usine, une négociation avec un acheteur... Et nous avons tout appris sur le tas. C'est finalement une bonne technique », s'amuse-t-il aujourd'hui. Inventel aura son heure de gloire, avec les Tam-Tam et les Tadoo, petits appareils dédiés à l'envoi de courts messages et qui seront tués en trois mois par le développement des SMS. Inventel sera finalement vendu en 2005 à Thomson. L'histoire aurait pu s'arrêter là. Mais, à peine trois ans plus tard, Éric Carreel crée Withings avec un ancien d'Inventel, puis Sculpteo et Invoxia. Avec Withings, il s'agit de « rendre plus simples des objets du quotidien en leur ajoutant une connexion Internet ». C'est ainsi que naissent un pese-personne, un tensiomètre et un baby phone, tous connectables à un smartphone. À Sculpteo, la photo en 3D, avec des applications d'abord industrielles, pour réaliser des prémaquettes, mais aussi pour le grand public. Invoxia, fondée en 2010, commercialise un support pour iPhone dont l'un des principaux avantages est d'assurer une véritable convergence entre les téléphones fixes et mobiles. Éric Carreel recommande aux jeunes créateurs d'entreprise de ne pas hésiter à utiliser les réseaux sociaux sur Internet, parce que « les personnes les plus disponibles dans les grandes entreprises ne sont pas toujours les plus pertinentes ». Souvent en contact avec de jeunes entrepreneurs, il leur conseille enfin « de ne pas hésiter à plonger dans l'inconnu total quand on a 25 ans ».

Elsa BEMBARON



En matière de polos, Marie Legeais voit large, et même grand large.

MARIE LEGEAIS

Elle vend des polos dans les boutiques de décoration

Cumuler les emplois, cela n'effraie pas Marie Legeais. Profession libérale le jour, cette mère de famille de trois enfants se transforme le soir et le week-end en chef d'entreprise. Depuis le début de l'année, avec deux amies – elles aussi en poste en entreprise ou dans le commerce –, elle a créé une SARL baptisée « Bastaq », qui commercialise une gamme de polos branchés nautisme. Pour se lancer, chacune a investi 1 500 euros au titre du capital social et s'est portée caution personnelle pour un emprunt de 50 000 euros contracté auprès du Crédit mutuel. Chez Bastaq, tout est conçu et réalisé en interne... et en famille (les maris sont aussi mis à contribution) : création des modèles de la collection (un polo homme et un autre femme), recherche d'un cabinet de *sourcing* pour la fabrication en Inde, prospection des boutiques où les polos seront vendus. Sans parler des tâches habituelles de l'entrepreneur (comptabilité, administration...). « Bastaq nous occupe en moyenne trois heures par jour, mais sept jours sur sept », explique la jeune femme. Pour distribuer leurs produits, les trois chefs d'entreprise ont ciblé les boutiques de décoration de l'île de Ré, La Baule, où vit Marie Legeais, Guérande et Le Pouliguen. Une stratégie qui a fait mouche puisque les 3 000 polos commandés en Inde se sont vendus cet été comme des petits pains (l'île de Ré était même en rupture de stock dès la mi-juillet). De quoi rembourser sans problème l'emprunt bancaire et préparer la prochaine saison. Trois nouveautés sont programmées à cet égard : des sweats et des chemises manches longues (pour hommes et pour femmes) et des polos enfants. Plusieurs gros sujets attendent les jeunes femmes à court terme : comment passer sous les six semaines de délais d'approvisionnement et comment financer les projets futurs ? Fortes de leurs premiers résultats et même en ces périodes de gros temps pour le financement des TPE, elles envisagent d'approcher Oséo et de défendre leur dossier.

Ch. L.



Éric Carreel recommande aux jeunes créateurs d'entreprise de ne pas hésiter à utiliser les réseaux sociaux.

BERNARD DELCROS

Actif promoteur
du télétravail

Bernard Delcros n'est pas à proprement parler un entrepreneur. Mais le président de la communauté de communes du Pays de Murat (6 000 habitants au total en plein Cantal) encourage à fond l'entrepreneuriat et la création d'entreprise, via le télétravail. Depuis un peu plus de cinq ans, pour « *gagner le pari de la reconquête démographique* » et attirer des familles dans sa région, il s'est lancé dans une entreprise ambitieuse : se doter de structures permettant à des télétravailleurs de s'installer et de développer leur activité. La mobilisation a été générale et a permis de créer une maison des services, le premier télécentre du Cantal (avec 10 postes de travail) et de mettre en place des formations pour télétravailleurs. Ce qui n'était au départ qu'une simple expérience s'est progressivement transformé en une entreprise nationale qu'observent - et soutiennent - l'État et l'Europe.

Il est vrai que depuis son lancement, l'initiative des communes du Pays de Murat a pris de l'ampleur : quelque 450 personnes se sont inscrites aux différents cycles de formation au télétravail. « *Nous avons accueilli 180 d'entre elles dans notre télécentre en formation et 30 % ont créé leur activité, soit dans notre région, soit en dehors* », se félicite Bernard Delcros. Le succès aidant, il faut désormais passer à la vitesse supérieure, doubler le nombre de sessions de formation (cinq par an), augmenter le nombre de postes de travail (six nouveaux sont programmés) et mieux aider les candidats.

La dernière initiative en date est assez unique en son genre : il s'agit d'un accompagnement personnalisé des candidats, avec mise à disposition d'un logement « passerelle » pour le télétravailleur et sa famille et le versement d'une rémunération pendant neuf mois (le temps d'expérimenter réellement le projet). Onze familles sont bénéficiaires de ce dispositif et le Pays de Murat compte à ce jour une dizaine de salariés indépendants installés sur son territoire, dont certains ont abandonné la région parisienne.

Christine LAGOUTTE

Pour « gagner le pari de la reconquête démographique » et attirer des familles dans sa région, Bernard Delcros s'est lancé dans une entreprise ambitieuse : se doter de structures permettant à des télétravailleurs de s'installer et de développer leur activité.



NICOLAS ROHR & FRÉDÉRIC MUGNIER

Ils vendent leurs chaussures Faguo grâce à Facebook

« **L**es Chinois nous ont donné l'envie de lancer notre entreprise », explique Nicolas Rohr qui a créé les chaussures Faguo avec Frédéric Mugnier. Les deux étudiants à l'école de commerce Istec découvrent l'empire du Milieu entre janvier et juin 2008. « À notre retour en France, nous avons décidé de monter notre société », poursuit Nicolas Rohr, membre de la délégation française du G20 des jeunes entrepreneurs qui se déroule du 31 octobre au 2 novembre à Nice. Le directeur de l'Istec soutient leur projet. Passionnés de mode, les deux amis inventent une nouvelle marque de chaussures. Ils choisissent le nom chinois « Faguo » qui veut dire « Français ». Ils lancent leur entreprise en août 2008. Ils investissent 35 000 euros de leur poche et convainquent 13 amis d'apporter 15 000 euros. « Il nous fallait de l'argent pour fabriquer nos 5 000 premières paires », raconte Nicolas Rohr. Le duo cherche un fournisseur sur le site Internet chinois Alibaba. Il choisit un fournisseur chinois. Faute de pouvoir vendre leur marque en magasin, les deux entrepreneurs appliquent le système de vente Tupperware sur Internet. Ils créent une page Facebook pour présenter leurs modèles et lancent des ventes privées dans plusieurs villes. 4 000 personnes s'inscrivent sur leur page. Le buzz leur ouvre les portes des magasins. Nicolas Rohr et Frédéric Mugnier surfent habilement sur Twitter. La petite entreprise décolle. Faguo réalisera cette année 2,1 millions d'euros de chiffre d'affaires contre 350 000 euros en 2009. Elle compte 11 salariés. Ses modèles pour adultes sont distribués dans 150 points de vente en France. Ceux pour enfants dans 50 magasins. Les deux chefs d'entreprise jouent la carte du développement responsable. Ils plantent un arbre pour chaque paire vendue. Ils confient la logistique à un centre de réinsertion qui emploie des handicapés. « Nous réinvestissons tout dans l'entreprise », affirme Nicolas Rohr qui est décidé à doubler le chiffre d'affaires et à réaliser 30 à 35 % de ses ventes à l'étranger l'année prochaine.

Yann LE GALÈS



Nicolas Rohr et Frédéric Mugnier. Les deux chefs d'entreprise jouent la carte du développement responsable.

CORINNE VIGREUX

L'art et la manière de combiner vie privée et vie professionnelle

Aujourd'hui directrice générale et cofondatrice de TomTom, un des deux leaders mondiaux du GPS, Corinne Vigreux voulait, à la fin de ses études, embrasser une carrière internationale. À sa sortie de l'Epsi (groupe Essec) en 1986, elle s'installe en Allemagne, puis à Londres. Mais elle rejoint finalement son époux aux Pays-Bas, dont il est originaire. Ce dernier développe sa propre entreprise, PalmTopSoftware, qui conçoit des logiciels de navigation.

Corinne Vigreux intègre une équipe de trente personnes, d'abord à mi-temps. À l'écouter, c'est presque pour dépanner cette start-up en mal d'un commercial expérimenté qu'elle s'est lancée dans l'aventure. « Nous avons vu qu'il y avait un réel marché pour nos produits », raconte-t-elle. Elle se transforme en « couteau suisse » pour l'entreprise, en charge des relations avec la distribution, la presse, les fournisseurs... Et prend le temps d'avoir deux enfants « sans jamais (s')arrêter de travailler », ajoute-t-elle, laissant percevoir une certaine hyperactivité. Rapidement, le couple réalise que le nom de l'entreprise n'a pas d'avenir. Imprévisible, ils le changent pour TomTom. La petite équipe a bien grossi depuis (3 500 personnes, 42 nationalités, un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros).

La plus belle réussite de Corinne Vigreux est sans doute de prouver tous les jours qu'il est possible d'être mère et chef d'entreprise. La vie est certes moins stressante à Amsterdam qu'à Paris. Les Hollandais quittent volontiers leur bureau à 17 h 30-18 heures. « Nous avons instauré des règles. Mon mari et moi alternons les déplacements », explique-t-elle. Quand je rentre, vers 20 heures, je relaie la personne qui garde les enfants, et me consacre à eux. » Elle leur réserve aussi ses week-ends et refuse toute invitation qui la priverait de ses enfants. « Il y a quelques années, un de nos fournisseurs chinois nous a invités pour célébrer notre succès. J'ai accepté, à condition que les enfants soient de la partie », s'amuse-t-elle encore aujourd'hui, en évoquant de très sérieuses photos officielles où elle figure flanquée de ses deux bouts de chou. « Il est tout à fait possible de réussir en étant une femme. Mais il ne faut pas céder aux pressions extérieures qui nous culpabilisent en permanence », tempère-t-elle.

E. B.

DANY RIVIÈRE De L'Oréal à la joaillerie

Cadre chez L'Oréal, Dany Rivière n'a pas hésité à quitter la sécurité d'un poste confortable pour se lancer, à 35 ans, dans le grand bain de l'entrepreneuriat et créer sa propre marque de joaillerie. Un rêve d'enfance pour cette fille d'orfèvre. Il y a un an et demi, elle quitte L'Oréal après dix ans passés à parcourir le monde.

Elle décide alors de profiter du plan d'accompagnement mis en place lors du rachat d'Yves Saint Laurent : maintien du salaire, soutien d'une équipe de coaching de projet. Dany Rivière dessine elle-même les pièces de sa première collection.

« J'avais toutes les idées de création en tête. Les métropoles et les femmes qui les incarnent sont pour moi une source inépuisable d'inspiration. Restait à les faire exister... Tout cela c'est du tâtonnement et de l'argent », explique-t-elle.

Grâce à l'appui d'un ancien de chez Cartier, elle trouve des fabricants de tradition française, pour sa première série. Ils travaillent quasi exclusivement pour la place Vendôme mais acceptent néanmoins de la suivre.

Un investissement sur fonds privés pour une centaine de pièces, majoritairement en or.

Élue « coup de cœur » de Bijorhca 2011, le grand salon de la profession, Dany Rivière a exposé en septembre à Paris sa collection de manchettes stylisées, bagues, boucles d'oreilles et pendentifs. L'aventure continue avec un site Internet (www.danyriviere.com) et le référencement dans les grands magasins parisiens et bijouteries de luxe, prochaine étape de la marque.

Marie-Cécile RENAULT



Élue « coup de cœur »
de Bijorhca 2011,
le grand salon
de la profession,
Dany Rivière
a exposé en septembre
à Paris ses manchettes
stylisées, bagues,
boucles d'oreilles
et pendentifs.

STÉPHANE AUDRY

Endurant comme un marathonien

L'entrepreneuriat, Stéphane Audry l'a connu dès son enfance puisque son père avait sa propre entreprise. Mais avant d'en goûter lui-même les plaisirs, depuis 1996 avec son EURL Mediaghat, il a pleinement joué le jeu des grands groupes, dans le marketing sportif (Amaury Sports Organisation, Havas Sports) et les médias (Europe 1, RTL, Nouvel Observateur). Ce marathonien de 48 ans aide aujourd'hui les fédérations sportives (Judo, natation ou encore aviron) à trouver des sponsors et à construire une stratégie de partenariats. « Je travaille en réseau et suis capable de répondre à n'importe quelle problématique dans l'environnement du sport et sur toute la chaîne de valeur », explique-t-il. Pour rien au monde il ne reviendrait en arrière. « Les avantages d'être indépendant sont supérieurs aux inconvénients et je suis persuadé que quelqu'un qui a goûté à la création d'entreprise a beaucoup de mal à faire le chemin inverse. » Depuis 2005 et un voyage familial en Inde, il s'est découvert une passion pour ce pays et y développe un nouveau business : dans la perspective des JO de Londres, il cherche à attirer des athlètes indiens pour qu'ils viennent se préparer en France. Et il tente d'éduquer des sociétés françaises implantées en Inde pour qu'elles s'enracinent dans le pays à travers le sport.

Stéphane Audry aide les fédérations sportives (Judo, natation ou encore aviron) à trouver des sponsors et à construire une stratégie de partenariats.



Ch. L.