

Olivier Nishimata
Julien et Aline Nishimata

ÊTRE ENTREPRENEUR AUJOURD'HUI

COMPRENDRE LES PRINCIPALES TENDANCES DE L'ENTREPRENEURIAT



*« Être entrepreneur, c'est savoir être optimiste
et prendre des risques »*

Xavier Niel

EYROLLES

ÊTRE ENTREPRENEUR AUJOURD'HUI

Qui sont les entrepreneurs d'aujourd'hui ? Quelles sont les évolutions de fond, les principales tendances qu'ils doivent repérer, comprendre et intégrer à leur vision ? Quels sont les comportements, les compétences les plus adaptés ou les plus nécessaires à l'exercice de ce métier si particulier ?

L'ouvrage, accessible et synthétique, apporte un ensemble de réponses qui seront utiles à tous les entrepreneurs. Chaque thématique est agrémentée d'illustrations, d'exemples et d'entretiens avec des entrepreneurs aux parcours marquants :

Catherine Barba (MyAnnona), Bertile Burel (Wonderbox), Éric Careel (Withings), Denys Chalumeau (Promovacances, Se Loger et Se faire aider), Antonin Chartier (Jimmy Fairly), Anne-Laure Constanza (Envie de Fraises), Pierre-Henri Deballon (Weezevent), Vincent Ferry (Clair de Lorraine), Sébastien Forest (Allo Resto), Guillaume Gibault (Le Slip Français), Christian Hiller (EMC France), Ludovic Hureau (Attractive World), Méryl Job (Videdressing.com), Pierre Kosciusko Morizet (PriceMinister), Alexis Krycève (Treez, Altereco et Pur Projet), Céline Lazorthes (Leetchi), Sandra Le Grand (Kalidéa), Olivier Mathiot (PriceMinister), Frédéric Mazzella (BlaBlaCar), Mathieu Nebra (OpenClassRooms), Catherine Néressis (PAP), Romain Nicolli (Critéo), Augustin Paluel-Marmont (Michel et Augustin), Stéphanie Pelaprat (Restopolitan), Guillaume Richard (O2), Vincent Ricordeau (KissKissBankBank), Élixa Rummelhard (My Little Paris), Dan Serfaty (Viadeo), Maxime Valette (Vie de merde), Jean-Hugues Zenoni (Le Monde Après).

« Les opportunités d'entreprise sont comme les autobus, il y en toujours une autre qui s'en vient. »

Richard Branson

Entreprendre... pour les entrepreneurs, c'est ce qu'ont fait **Olivier** et **Julien Nishimata** en créant un magazine mensuel dédié aux dirigeants et aux créateurs de TPE/PME. Fondateurs et dirigeants du magazine *Dynamique Entrepreneuriale*, d'un site Internet (www.dynamique-mag.com) et d'un club d'entrepreneurs.

Aline Nishimata est l'auteure de nombreux ouvrages. Elle intervient en tant qu'experte en communication écrite auprès du magazine.

Dynamique
entrepreneuriale

www.editions-eyrolles.com

ÊTRE ENTREPRENEUR AUJOURD'HUI

Groupe Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

Illustrations : Warren Manouélian
Infographies : Julien Nishimata

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2016
ISBN : 978-2-212-56269-9

Olivier Nishimata
Julien Nishimata - Aline Nishimata

ÊTRE ENTREPRENEUR AUJOURD'HUI

**Comprendre les principales tendances
de l'entrepreneuriat**

EYROLLES



AVANT-PROPOS

Le privilège du préfacier est aussi son bonheur. Celui de pouvoir goûter avant chacun ce qui fait la valeur d'un livre. D'en donner quelques clefs. À tout le moins un avant-goût. Je le fais ici d'autant plus volontiers que j'ai pris à la lecture du présent ouvrage un bonheur très réel qu'il me faut partager.

Qui sont les entrepreneurs d'aujourd'hui ? Quelles sont les évolutions de fond, les principales tendances qu'ils doivent repérer, comprendre et intégrer à leur vision ? Quels sont les comportements, les compétences les plus adaptés ou les plus nécessaires à l'exercice de ce métier si particulier qu'est celui d'entrepreneur ?

C'est tout l'intérêt de ce livre que d'apporter, dans un format raisonnable et avec le permanent souci d'une très grande clarté, un ensemble de réponses que je crois sans équivalent en ce domaine. Outre l'exposé aussi complet que synthétique qu'il propose sur chacune des thématiques abordées, chaque chapitre s'enrichit d'illustrations, d'exemples, d'entretiens avec de belles figures entrepreneuriales qui en rendent la lecture tout à la fois très utile et des plus agréables.

Cette réussite ne doit assurément rien au hasard. Le collectif d'auteurs qui nous donnent aujourd'hui d'accéder à ce riche contenu n'en est en effet pas à son coup d'essai. Professeur d'entrepreneuriat et auteur de plusieurs ouvrages sur de nombreux aspects de la vie en entreprise, Aline Nishimata s'est ici associée à ses deux fils, Julien et Olivier, créateurs de *Dynamique entrepreneuriale*, le magazine de référence en matière d'information des entrepreneurs. C'est la réunion de leur expertise qui a permis ce livre. C'est la force de leur talent que d'en signer la réussite.

Je vous souhaite donc, et sans aucune réserve, une très fructueuse et bénéfique lecture.

Frank VIDAL
Directeur général d'Audencia Nantes

SOMMAIRE

Avant-propos	5
--------------------	---

Partie I - Les nouvelles tendances à connaître

Chapitre 1 > Partager, c'est gagner !	13
Interview de Frédéric Mazzella, BlaBlaCar	17
Chapitre 2 > Vers un monde plus responsable	19
Interview d'Alexis Krycève, Treez, Altereco, Pur Projet	23
Chapitre 3 > Les seniors, consommateurs sans modération	25
Interview de Guillaume Richard, O2	30
Chapitre 4 > Un monde plus grand et plus petit !	31
Interview d'Antonin Chartier, Jimmy Fairly	34
Chapitre 5 > La gratuité, un leurre ?	35
Interview de Ronan Peloux, Fondateur de CREADS	39
Chapitre 6 > L'infobésité, maladie des entrepreneurs	41
Interview d'Olivier Mathiot, PriceMinister	46
Chapitre 7 > Le monde du futur, un monde connecté	47
Interview d'Éric Carreel, Withings	52
Chapitre 8 > Les datas, nouvelle donne !	55
Interview de Christian Hiller, EMC France	58
Chapitre 9 > Les métiers traditionnels, un retour à la qualité ?	59
Interview de Guillaume Gibault, Le Slip Français	63
Chapitre 10 > Le portage salarial, un partenariat win-win	65
Interview de Jean-Hugues Zenoni, Le Monde Après	69

Partie II – Le savoir-être du dirigeant

Chapitre 1 > Un dirigeant au courant de tout !	73
Interview de Pierre Kosciusko-Morizet, PriceMinister	76
Chapitre 2 > Prendre des décisions !	77
Interview de Pierre-Henri Deballon, Weezevent	81
Chapitre 3 > Le dirigeant : une machine multifonction	83
Interview de Sandra le Grand, Kalidea	88
Chapitre 4 > Le chef d'entreprise, un visionnaire ?	89
Interview de Denys Chalumeau, Promovacances, SeLoger.com et Sefaireaider.com	93
Chapitre 5 > Les réseaux et leur utilisation	95
Interview de Dan Serfaty, Viadeo	100
Chapitre 6 > Frontière entre vie privée et vie professionnelle	101
Interview de Bertile Burel, Wonderbox	104
Chapitre 7 > Le stress, pas un problème	105
Interview de Sébastien Forest, Allo Resto	110
Chapitre 8 > Être le roi de l'organisation !	111
Interview de Mathieu Nebra, OpenClassRooms	115
Chapitre 9 > Maîtriser son image, une nécessité	117
Interview de Meryl Job, Videdressing.com	121
Chapitre 10 > Devenir un communicant hors pair	123
Interview d'Augustin Paluel-Marmont, Michel et Augustin	128

Partie III – Les savoir-faire

Chapitre 1 > Et si je devenais cool ?	131
Interview de Catherine Néressis, PAP	135
Chapitre 2 > Tutoiement ou vouvoiement ?	137
Interview de Ludovic Huraux, Attractive World	140
Chapitre 3 > L'implication des salariés	141
Interview de Catherine Néressis, PAP	146

Chapitre 4 > La mise en place des valeurs	149
Interview d'Anne-Laure Constanza, Envie de Fraises.....	153
Chapitre 5 > Les nouvelles méthodes de recrutement	155
Interview d'Élisa Rummelhard, My Little Paris.....	159
Chapitre 6 > Les nouvelles sources d'innovation	161
Interview de Vincent Ricordeau, KissKissBankBank.....	166
Chapitre 7 > Plus de chefs ?	167
Interview de Vincent Ferry, Clair de Lorraine.....	171
Chapitre 8 > Lean Startup, Késako ?	173
Interview de Stéphanie Pelaprat, Restopolitan.....	178
Chapitre 9 > Lean management !	179
Chapitre 10 > Le travail à distance : un challenge !	183
Interview de Maxime Valette, Viedemerde.....	188
Prenez en compte l'opinion client...	189
Interview de Beryl Bès, MyAnnona.....	189
Bibliographie	191
Index	195

Partie I

Les nouvelles tendances à connaître

En perpétuelle évolution, le monde actuel sollicite sans relâche les entrepreneurs. Même s'ils sont conscients que les innovations qui rencontreront le succès demain sont difficiles à imaginer aujourd'hui, ils doivent tout au moins s'informer de toutes les nouveautés car elles vont influencer sur la manière de penser et de consommer de leurs clients. Parce qu'il est clair que les cycles vont s'accélérer et que rater le coche représente une difficulté pour l'avenir. Les entrepreneurs qui adoptent, sans prendre de retard, les nouvelles tendances, auront beaucoup plus de facilité à absorber le flux incessant d'informations auquel nous serons tous exposés. N'avons-nous pas déjà connu cela avec ceux qui ont raté le train de l'informatique ?

S'informer, tenter de comprendre les innovations de la société à l'échelle planétaire pour intégrer les nouveaux courants et anticiper le monde de demain est devenu un aspect fondamental du rôle de l'entrepreneur. Bien sûr, toutes ces tendances ne donneront pas toujours un résultat mais beaucoup d'entre elles influenceront le monde d'une manière indélébile. Elles auront des conséquences sur la manière de concevoir les produits et les services du futur. Et sans être forcément précurseur dans chaque domaine, la compréhension de ces changements et la capacité à être réactif joueront un rôle décisif dans le développement d'une société dans laquelle les entrepreneurs seront les acteurs clés.

À vous de jouer !

Chapitre 1

PARTAGER, C'EST GAGNER !

Est-il nécessaire d'acheter une scie circulaire que vous n'utiliserez qu'une ou deux fois dans l'année ? De laisser une voiture 92 % de son temps sur une place de parking, ô combien onéreuse ? Autant de réalités absurdes qui incitent les entrepreneurs de l'économie du partage à bouleverser le système.

Le gâchis des biens partageables

Une chose est sûre, les biens matériels sont, de manière évidente, sous-utilisés. Pourtant, les objets produits qui pourraient être partagés sont légion : vêtements, automobiles, meubles, outils de bricolage ou de jardinage, téléphones, équipements sportifs... Ils représentent 30 % des déchets des ménages et 25 % de leurs dépenses ! Les économies réalisées en cas d'optimisation seraient conséquentes et sont estimées à 7 % du budget et 20 % des déchets. Au-delà d'un gain économique, l'enjeu demeure simple : réduire la production de biens, tout en assurant un niveau de service équivalent, afin de ne pas épuiser les ressources en matières premières de la planète et diminuer les déchets qui s'entassent. Augmenter la durée d'usage des produits ou en faire une utilisation plus optimale est aujourd'hui facilité par la « révolution numérique ». De nombreux entrepreneurs ont compris qu'il fallait mettre en place des solutions inédites de partage, ou son concept frère, de « consommation collaborative ».

Ne jetez pas, faites réemployer !

Les modèles de réemploi sont nombreux et bien implantés. Ils touchent quasiment tous les biens et ont profité de l'essor de plateformes telles que PriceMinister, eBay ou Leboncoin. Ils sont massivement utilisés par les particuliers et ont bénéficié de l'impulsion du numérique. Une étude du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc) indique que la plupart des produits ne sont pas jetés ou stockés

mais donnés, revendus ou troqués. Près de 70 % des véhicules automobiles seraient ainsi revendus d'occasion, 75 % des livres donnés, 60 % des vêtements laissés à des structures spécialisées, ce chiffre s'élevant jusqu'à 90 % pour les habits d'enfants...

Les plateformes de réemploi tendent, quant à elles, à se renforcer, traduisant une transformation des habitudes d'achat et de vente.

LES AVANT-GARDISTES

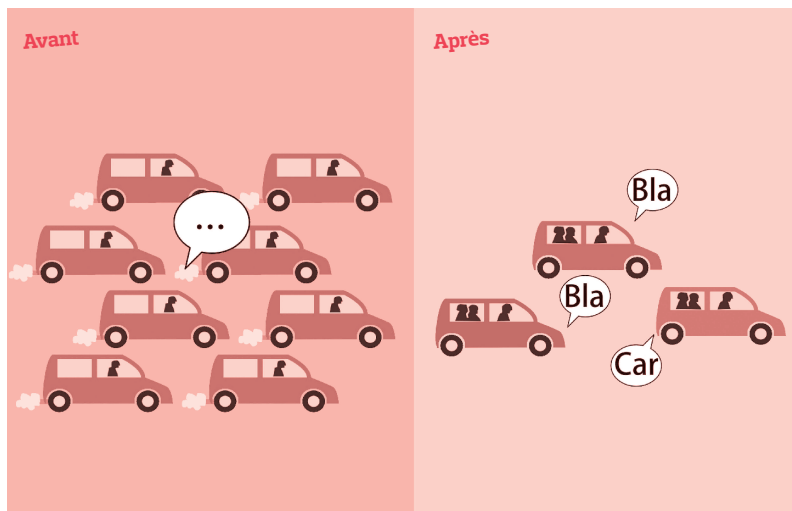
BLABLACAR : fondée en 2004, l'entreprise est le leader du covoiturage en Europe et compte plus de 10 millions d'utilisateurs. www.blablacar.fr

AIRBNB : créée en 2008, la société offre une plateforme de recherche et de réservation de logements avec plus de 10 millions de nuits déjà consommées. www.airbnb.fr

DRIVY : la plateforme de location de voitures entre particuliers, lancée en 2010, compte aujourd'hui 600 000 membres. www.drivy.com

PRICEMINISTER : l'entreprise, fondée en 2000, gère le site Internet d'achat et de vente en ligne Priceminister.com, deuxième site le plus visité en France. www.priceminister.com









LEBONCOIN : la société, créée en 2006, est le leader des sites d'annonces gratuites en France. www.leboncoin.fr



Et si vous mutualisiez ?

La mutualisation reste une pratique encore peu développée en dehors du covoiturage. La location ou l'emprunt à long terme tardent à être mis en place. Si l'emprunt gratuit est pratiqué, les modèles payants ont du mal à prendre leur essor, notamment parce que certains biens se prêtent peu ou difficilement à la mutualisation. De manière naturelle, plus l'utilisation est régulière, plus il sera difficile de l'instaurer. Plusieurs catégories d'objets sont ainsi rarement loués comme les vêtements, les téléphones, les ordinateurs, les aspirateurs et restent sous-utilisés... Il y a des niches à explorer, les matériels de bricolage, les livres ou les DVD seraient par exemple d'excellents candidats à la mutualisation.

Le développement des pratiques de réemploi en France

DÉLAISSEMENT		REVENDU	DONNÉ	TROQUÉ	JETÉ, (recyclé ou non) OU STOCKÉ
	Un vélo	30%	55%	3%	12%
	Un livre	12%	75%	10%	11%
	Un DVD	23%	63%	9%	12%
	Un ordinateur	11%	52%	3%	37%
	Un article de sport	13%	55%	5%	27%
	Un objet de décoration	22%	53%	6%	27%
	Un matériel de bricolage ou de jardinage	9%	45%	6%	42%
	Un vêtement d'enfant	11%	88%	3%	4%

Source : CREDOC (2012). *Les secondes vies des objets*.

Note : Les déclarants ont répondu à la question : si vous aviez délaissé un de ces objets ces six derniers mois, qu'en avez vous fait ? Pour chaque type de bien, la somme des colonnes peut être supérieure à 100 %, car les déclarants peuvent avoir délaissé plusieurs biens ces six derniers mois.

■ Un business model vraiment écologique ?

Souvent mis en avant par les adeptes de l'économie du partage, son bilan environnemental reste moins aisé à établir qu'il n'y paraît. La diversité des modèles cités avec des natures de biens très évolutives rend difficilement appréciable la réalité du gain pour la planète. Si dans le cas du covoiturage la question ne se pose pas puisqu'une voiture en autopartage remplacerait quatre voitures individuelles, les progrès technologiques, réduisant la consommation d'électricité (notamment dans le cadre des équipements électroménagers), pourraient être freinés par l'allongement de la durée de vie des produits.

Plusieurs impératifs doivent être réunis pour permettre un meilleur bilan environnemental. La qualité des biens partagés représente la condition *sine qua non* à la durabilité des modèles lorsqu'on évoque le réemploi, la mutualisation ou même la mobilité partagée. Mais ce n'est pas la seule clé de la réussite, deux autres facteurs doivent être observés pour que le partage puisse avoir un véritable impact écologique : la non-évolution de la consommation en hyperconsommation et l'optimisation du transport des biens. Affaire à suivre...

L'essentiel

- Les typologies de l'économie du partage sont variées : don, troc, location, revente.
- Deux grands modèles de partage : le réemploi et la mutualisation.
- Les objets partageables représentent 25 % des dépenses des ménages et plus de 30 % de leurs déchets.
- Les possibilités de partage découlent d'une sous-utilisation des objets.
- Le bénéfice pour l'écologie reste encore à démontrer.

INTERVIEW DE FRÉDÉRIC MAZZELLA, BLABLACAR

Bla Bla Car

Que pensez-vous du partage en règle générale ?

Il s'agit de bon sens économique ! C'est aussi un excellent moyen d'interagir socialement et de briser l'isolement. Le partage, que ce soit en matière d'enseignement, de logement, d'argent, de voiture... est une nouvelle manière de s'entraider. On peut et on doit partager désormais grâce aux outils mis à notre disposition aujourd'hui.

Quels sont les enjeux du partage ?

Ils sont de trouver les façons de fonctionner pour que le partage soit socialement acceptable, de déterminer ce qui n'est pas encore partagé et qui est suffisamment cher pour que le partage soit accepté. Pour que cela marche, il faut regarder comment les gens interagissent. Certaines choses se partagent naturellement plus que d'autres. L'enjeu, au final, c'est de trouver là où cela se révèle pertinent. On pense immédiatement aux biens qui ont une grande valeur tels que la voiture ou le logement mais il y a aussi tout ce qui touche à la connaissance et on le voit avec les MOOCs (Udemy, Coursera et Openclassroom).

Ensuite, il y a l'argent que l'on peut mettre sur un compte en banque mais aussi, grâce au crowdfunding (Kickstarter, Ulule, KissKissBankBank) pour financer la réalisation d'un projet.

On peut également penser au temps. Comment peut-on partager le temps ensemble et trouver des personnes pour nous aider dans la vie de tous les jours (HopWork, StarOfService) ?

Ces « choses » ont beaucoup de valeur dans notre vie. Elles peuvent être partagées de manière socialement acceptable et ont un bel avenir. L'enjeu, finalement, c'est une redéfinition de la propriété et de se demander jusqu'à quel point on peut aller.