

SUPPLÉMENT PARTENAIRE

Les Echos



GO ENTREPRENEURS PARIS - 6 & 7 AVRIL 2022

QUAND GO ENTREPRENEURS ENTRE DANS L'ARÈNE

AVEC PRESQU'UN MILLION D'ENTREPRISES CRÉÉES EN 2021, LA FRANCE CONTINUE DE DÉMONSTRER QUE L'ENVIE D'ENTREPRENDRE DES FRANÇAIS NE CESSE D'EXPLOSER. APRÈS DEUX ANS DE CRISE SANITAIRE ET UNE MUTATION DURABLE DE NOTRE SOCIÉTÉ, LA CRÉATION D'ENTREPRISE BAT UN NOUVEAU RECORD : + 17,4% VS 2020 !

En bientôt 30 ans, Go Entrepreneurs (ex-Salon des Entrepreneurs) s'est imposé comme le rendez-vous indispensable à toute création d'entreprise. En fédérant l'écosystème entrepreneurial et en donnant la parole à des entrepreneurs aguerris, Go Entrepreneurs ressemble à un coaching géant qui permet de concrétiser son projet ou de développer son entreprise.

Après une édition 100 % digitale à Paris en juin dernier, Go Entrepreneurs a décidé de rendre cette 29^e édition sportive, joyeuse et mémorable. Pour marquer le coup, toute l'équipe Les Echos-Le Parisien Événements travaille depuis plus d'un an sur une expérience événementielle inédite, qui fera vibrer l'entrepreneuriat dans un lieu emblématique du sport et de la fête : Paris La Défense Arena. Go Entrepreneurs, ce sont de nouveaux formats de rencontres et d'animations mis en place pour accompagner les porteurs de projet vers l'aboutissement de leur idée : une main stage animée en continu, des ateliers inédits, un outil de matchmaking entre participants, des Business Meetings avec nos partenaires, du networking, mais aussi un espace de coworking ou des consultations individuelles thématiques sur mesure.

À l'heure de l'évolution de nos modes de travail, de production et de pensée, l'Île-de-France est une terre entrepreneuriale particulièrement fertile. Avec une représentation multisectorielle, des filières d'excellence nombreuses et variées, un écosystème tech & digital particulièrement dynamique, le déploiement du Grand Paris et un multiculturalisme très fort, Paris et sa région bénéficient d'atouts plus que séduisants pour favoriser la création d'entreprise. Go Entrepreneurs permet d'accompagner les milliers de porteurs de projet et dirigeants d'entreprise inscrits dans cet élan vers la création, l'implantation et le développement de leurs activités sur le territoire.

Au fil de ces pages, nous souhaitons mettre en avant les acteurs qui se battent aux côtés des entrepreneurs du territoire et qui contribuent à leur dynamisme, qu'il s'agisse d'institutions publiques, parapubliques ou d'acteurs privés.

Établir son diagnostic personnalisé, recevoir des conseils individuels, bénéficier d'aides exceptionnelles, faire le point sur les différents statuts, digitaliser son activité, booster ses ventes sur internet, détecter les bonnes affaires de reprise d'entreprise, se lancer dans l'artisanat et révolutionner un métier, trouver un financement adapté à son profil, identifier les filières d'excellence et s'implanter dans un territoire, accélérer sa start-up dans la région, rencontrer ses pairs, nouer des contacts, adopter une démarche plus responsable, s'inspirer des plus belles success stories du moment... Rarement autant de formations, de compétences, de solutions et de témoignages ont été réunis en un seul et même lieu pour accompagner la création et le développement des TPE-PME.

À l'image de la Communauté Go Entrepreneurs que nous avons créée il y a un an, faisons résonner aujourd'hui et demain cet esprit d'équipe cher à l'entrepreneuriat et cher aux sportifs qui foulent le sol de Paris La Défense Arena. Go !

Florence BORDIAU-HARDOUIN
Event manager de Go Entrepreneurs Paris
Directrice adjointe Les Echos-Le Parisien Événements



Conquérir et fidéliser

Les défis de l'entrepreneur

PAGE 2

Chiffres clés

Entrepreneuriat : l'IDF, une région dynamique

PAGE 3

Entreprendre, c'est du sport !

Entretien avec Sarah Ourahmoune

PAGE 4

Vivre le foot autrement

Entretien avec Martin Jaglin

PAGE 5

Développer les brevets

Vers plus de performance

PAGE 6

Soutenir la croissance

Des initiatives concrètes

PAGE 7

Ma vie d'entrepreneur(e)

Être bien dans ses baskets

PAGE 8

Seul(e) aux commandes, comment recruter et fidéliser vos clients ?

Plus de liberté, plus de réactivité, moins de conflits... Entreprendre seul présente a priori de nombreux avantages. Mais ce choix implique également d'être sur tous les fronts. Recruter et fidéliser ses premiers clients fait partie des défis à relever. Comment y parvenir lorsque l'on est solo-preneur ?

La liberté s'accompagne de responsabilités. Les entrepreneurs solos, qui doivent gérer eux-mêmes tous les aspects de leur activité, du marketing à la comptabilité, le savent pertinemment. Que vous ayez déjà eu des clients ou non, le quotidien de votre entreprise ressemblera à une course effrénée pour en trouver de nouveaux, en particulier lorsque vous débutez : la première étape du lancement d'une entreprise, au-delà du développement d'un produit, consistera obligatoirement à trouver ces premiers clients et les fidéliser. Il est donc primordial pour un entrepreneur qui travaille seul d'apprendre à améliorer certains processus pour tendre vers cet objectif.

Quelle stratégie mettre en place ?

La première clé pour trouver des clients est de connaître son marché. C'est pourquoi il est essentiel de faire les recherches nécessaires pour le comprendre et savoir ce que les clients potentiels recherchent en termes de services ou de produits. Si votre offre n'est pas adaptée à la demande, vos qualités de vendeur ne vous sauveront pas.

Un autre axe de travail consiste à étudier la concurrence pour identifier ses forces, ses faiblesses et ses bonnes pratiques. Vous pourrez ainsi déterminer ce que vous avez à offrir de plus ou de différent pour créer votre propre niche et battre vos concurrents. Restez cependant ouvert et conscient du fait que votre produit ou service initial n'est peut-être pas assez bon, doit être amélioré ou n'est

plus suffisamment en adéquation avec la demande des clients. Il ne faut pas vous empêcher de saisir de nouvelles opportunités simplement parce qu'elles ne correspondent pas à votre vision ou à votre plan d'affaires de départ, comme cela peut arriver dans les premiers temps d'une entreprise : vous devez être prêt à adapter votre vision, vos priorités et vos objectifs commerciaux en les alignant sur ceux de vos clients.

Quelles sont les priorités ?

Après avoir réussi à donner satisfaction à vos premiers clients, l'enjeu sera de les fidéliser : il ne sert à rien de les avoir convaincus d'acheter votre service ou votre produit pour les décevoir ensuite par une mauvaise gestion de votre clientèle. Si vous négligez cette étape, vous serez de retour à la case départ. Vous devez donc assurer que votre produit ou votre service continue d'être exceptionnel et que la façon dont vous traitez votre clientèle est à la hauteur. Car c'est le risque numéro un pour les entrepreneurs qui travaillent seuls : étant donné que leur entreprise repose entièrement sur leurs épaules et qu'ils portent plusieurs casquettes en son sein, le service à la clientèle peut parfois être relégué au second plan par manque de temps ou parce que la recherche du profit devient prioritaire.

Mais en l'absence d'un bon service à la clientèle, il y a de fortes chances que les clients qui auront acheté votre produit ou votre service ne reviennent plus. Or, il est

beaucoup plus difficile de démarcher un nouveau client que de fidéliser un client existant. Il est donc essentiel que le service client soit l'une de vos priorités, plus encore que vos bénéfices. Un bon service client est un bon moyen de renforcer votre capital sympathie et celui de votre marque, et ainsi de constituer une base solide de clients fidèles.

Comment en faire plus en moins de temps ?

La réponse est simple : en automatisant autant que possible, dès que possible. L'automatisation des flux de travail, qui amène généralement des gains d'efficacité, peut être d'une aide précieuse pour un entrepreneur en solo qui jongle avec une multitude de tâches et de responsabilités dans un temps limité.

Si, dans une petite entreprise solo, le contact personnel avec les clients est souvent un facteur clé de différenciation et si certaines interactions nécessitent obligatoirement une touche humaine, d'autres peuvent être automatisées pour gagner en efficacité. À titre d'exemple, vous pouvez utiliser des logiciels pour la programmation de vos publications sur les réseaux sociaux ou pour la prise de rendez-vous, utiliser des modèles clés en main pour gagner du temps, mettre en place des répondants automatiques d'emails pour ne pas laisser un client sans réponse, etc. En vous déchargeant de ces tâches répétitives et chronophages, vous libérez du temps et de l'énergie pour



vous consacrer à ce qui est vraiment important : vos clients.

Quels sont les leviers les plus efficaces en 2022 ?

De nos jours, il est presque impossible de trouver ses premiers clients sans une forte présence en ligne. Disposer d'un site web d'aspect professionnel est donc une absolue nécessité pour votre stratégie marketing d'entrepreneur solo : les moteurs de recherche comme Google donneront de la visibilité à votre entreprise en référençant votre site, tandis que les publicités traditionnelles et les réseaux

sociaux redirigeront les clients potentiels vers lui. Les médias sociaux sont aussi des canaux marketing de choix : gratuits, ils vous permettent d'engager le dialogue avec vos publics cibles et de promouvoir votre marque par le biais de messages écrits, de photos et de vidéos.

Utiliser Facebook, Twitter, LinkedIn ou Instagram est aussi un excellent moyen de réseauter en vous faisant connaître et en profitant de l'audience d'autres acteurs et influenceurs de votre secteur. N'oubliez pas qu'entreprendre seul ne signifie pas devoir tout faire tout seul !



La vie d'entrepreneur n'attend pas !
À vos côtés pour accélérer le démarrage de votre activité.



Retrouvez nos offres sur creation.cci-paris-idf.fr

01 55 65 44 44 Prix d'un appel local

Du lundi au vendredi de 9H00 à 17H30

SOLUCCIO
Création-Reprise-Transmission

Les offres

CCI PARIS ILE-DE-FRANCE
ENTREPRISES



Donnez de la visibilité à votre projet !

REPRENEURS, ACQUÉREURS, INVESTISSEURS,
faites-vous connaître auprès des experts-comptables !

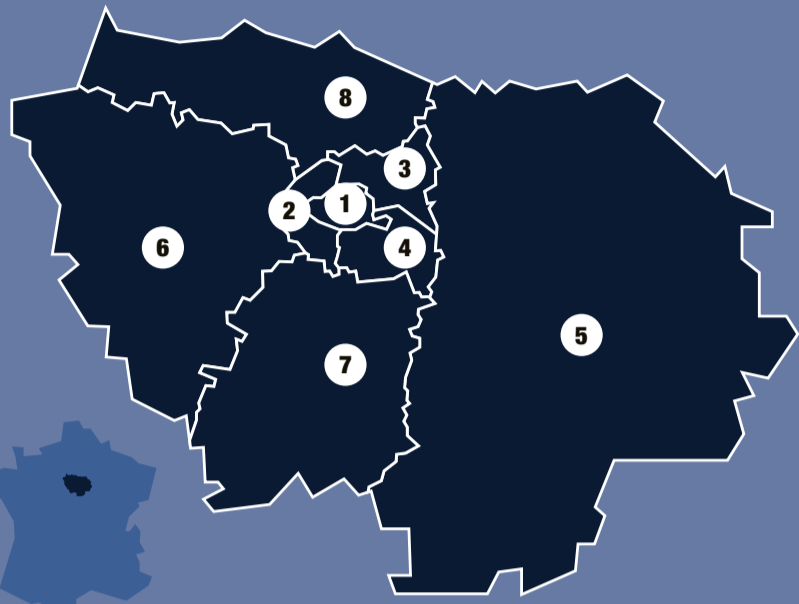
En vous inscrivant sur leur plateforme dédiée à la reprise, les experts-comptables vous mettront en relation avec leurs clients cédants.

**Déposez votre annonce sur :
business-story.biz/reprise**

Et donnez toutes les chances de réussite à votre projet!

ORDRE DES
EXPERTS-COMPTABLES

Entrepreneuriat : l'Île-de-France, une région qui se dépasse !



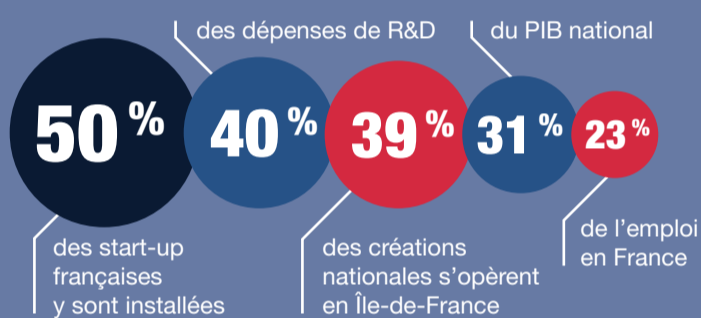
Des départements attractifs pour la création d'entreprise

Rang	Département	Nombre d'habitants	Nombre de créations sur un an	Progression sur un an
1	Paris	2 175 601 hab.	82 533	+7,4 %
2	Hauts-de-Seine	1 619 120 hab.	34 792	+7,1 %
3	Seine-Saint-Denis	1 632 627 hab.	37 386	+6,8 %
4	Val-de-Marne	1 396 913 hab.	27 789	+6,2 %
5	Seine-et-Marne	1 632 677 hab.	22 739	+20 %
6	Yvelines	1 441 398 hab.	24 922	+13,8 %
7	Essonne	1 296 641 hab.	21 801	+11,1 %
8	Val-d'Oise	1 238 581 hab.	23 244	+11,8 %



12 012 km² 2% du territoire français

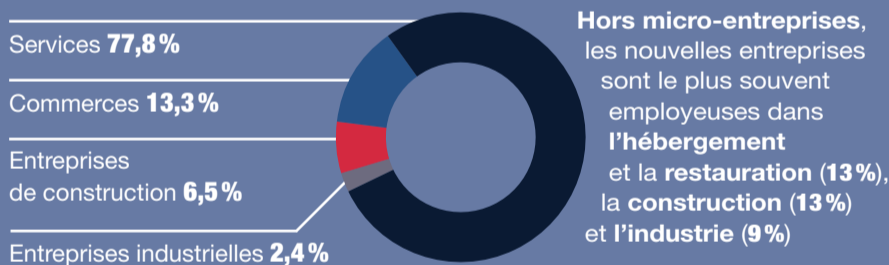
12,3 M d'habitants 18% de la population française



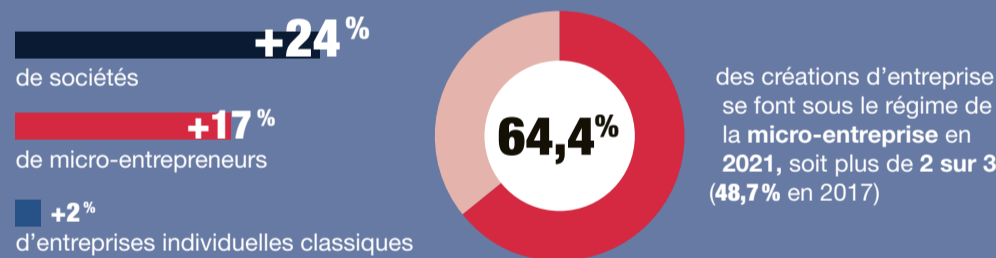
275 206 entreprises créées en Île-de-France en 2021 **+9,3%** (vs 2020)

995 868 entreprises créées en France en 2021 **+17,4%** (vs 2020)

Les secteurs porteurs en Île-de-France



Une forte progression des immatriculations vs 2020



Portrait-robot de l'entrepreneur en France



62% Les femmes sont en tête dans les domaines de la santé, de la formation et de l'action sociale (avec une moyenne de 62% des entreprises créées)

78% Les hommes sont plus nombreux à créer sous forme de sociétés (78%)



71% des créateurs d'entreprise sont des hommes

72% sont des primo-entrepreneurs

30% de reconvertis se sont lancés depuis 2020

54% des créateurs d'entreprise n'ont pas de diplôme ou un niveau d'études CAP/BEP/BAC. Seuls 15% ont un bac +5

7% ont des salariés (en moyenne 3)



36 ans C'est l'âge moyen pour créer son entreprise mais 41% des créateurs d'entreprise individuelle ont moins de 30 ans

8 000 € L'apport financier personnel est inférieur à 8 000 € dans près de 53% des cas ce montant tombe à 2 000 € dans le cas particulier des entreprises individuelles



63% ont majoritairement une clientèle locale de particuliers

12% s'adressent à une clientèle internationale

bpiFrance
SERVIR L'AVENIR

CRÉATEURS D'ENTREPRISE,

**TENTEZ VOTRE CHANCE
ON VOUS AIDE
À LA TROUVER !**

#TraceTaRoute



rendez-vous sur
BPIFRANCE-CREATION.FR



RCS 507 528 678

TRIBUNE

Accélérons la transition entrepreneuriale

Réinventer notre industrie, dessiner une France plus compétitive et durable est possible. Cela nécessite des investissements majeurs dans les secteurs qui créent la valeur et les richesses du XXI^e siècle : la transition environnementale, la connaissance et l'économie des données, la digitalisation et les réseaux intelligents ou l'automatisation. Cela nécessite aussi le déploiement d'un facteur de production trop souvent occulté : l'entrepreneuriat et sa culture, l'esprit d'entreprendre.

La rupture consiste dans l'arrivée d'une nouvelle génération d'entrepreneurs porteurs de valeurs écoresponsables et d'une culture entrepreneuriale très prononcées.



Alain Di Crescenzo, Président de CCI France

À la question économique de la souveraineté industrielle de notre pays, s'ajoute cette question centrale autour des compétences et de l'état d'esprit des femmes et des hommes qui souhaitent s'investir dans cette aventure du renouveau industriel de notre pays. Or, la France vit à cet égard une véritable révolution qu'il est nécessaire d'accélérer : celle de la transition entrepreneuriale.

Durant les années de crise sanitaire, 2020 et 2021, la France a enregistré des records de créations d'entreprises. Bien sûr, la majorité de ces créations concerne des micro-entreprises et l'industrie ne compte que pour 5% du total. Mais, la rupture consiste dans l'arrivée d'une nouvelle génération d'entrepreneurs porteurs de valeurs écoresponsables et d'une culture entrepreneuriale très prononcées.

Le réseau des CCI apporte sa pierre à cet édifice dynamique par l'éducation et la formation de

l'actuelle mais aussi de la prochaine génération d'entrepreneurs en développant leurs compétences entrepreneuriales orientées sur leur capacité à générer de nouvelles idées, à développer leur leadership, à acquérir un état d'esprit conquérant et à assumer la prise de risque. Les CCI, qui sont au cœur des territoires, accompagnent ces porteurs de projet au quotidien. Elles animent ou coaniment avec les acteurs des territoires, des incubateurs d'innovation, développent des partenariats avec les communautés locales d'investisseurs et proposent une offre de services adaptée à leurs besoins.

Construisons ensemble cette France d'entrepreneurs engagés, solidaires, bâtisseurs d'entreprises créatrices de valeurs et d'emplois dans nos territoires et capables de conquérir les marchés à l'international. Faisons de cette « transition entrepreneuriale » une priorité pour notre pays.

Alain Di Crescenzo, Président de CCI France

INTERVIEW

« L'entrepreneuriat, comme le sport, c'est un état d'esprit »

Dépassement de soi, résilience, endurance... Boxeuse multi-médaillée et entrepreneure accomplie, Sarah Ourahmoune nous explique en quoi le monde du sport ressemble souvent à s'y méprendre au monde de l'entrepreneuriat.

Est-ce facile de se reconvertir lorsqu'on une championne de boxe multi-médaillée ?

Sarah Ourahmoune : J'ai commencé la boxe en 1996. Cela a duré 20 ans avec dix titres de championne de France, trois d'Europe, un titre de championne du monde et un autre de vice-championne olympique. En 2012, j'ai raté ma qualification pour les JO de Londres et j'ai ainsi décidé d'arrêter ma carrière, en pensant que ce serait définitif. Devenue maman, c'est à ce moment-là que je me suis lancée dans l'entrepreneuriat, sur les conseils de Jacques-Henri Eyraud, ex-patron de l'OM, dont je suivais le séminaire à Sciences Po. Mais le virus de la boxe m'a vite rattrapé. Je suis retournée à l'entraînement en 2014 avec l'objectif de me qualifier pour les JO de Rio. Après mon titre de vice-championne olympique en 2016, j'ai définitivement raccroché les gants et ouvert une première salle de boxe tout en lançant des programmes d'accompagnement pour les jeunes, les entrepreneurs et les femmes.

Quelles similitudes existe-t-il entre coacher un boxeur et coacher un entrepreneur ?

S.O. : L'entrepreneuriat, comme la boxe, nécessite de la rigueur. C'est long, c'est difficile, et pour réussir, il faut adopter une discipline, se fixer des objectifs et être endurant. Dans les deux cas, on a besoin d'être accompagné, et de s'appuyer à la fois sur ses échecs et sur ses réussites pour avancer. Pour ce qui est des entrepreneurs, j'essaie de leur faire prendre conscience que lorsque l'on crée sa boîte, le premier capital de l'entreprise, c'est la santé du dirigeant. Pour qu'une entreprise soit performante, il faut prendre soin de son physique comme de son mental, même si on a la tête dans le guidon. Ensuite, c'est une expérience très forte de monter sur un ring. On apprend à se connaître, à découvrir son potentiel et ses limites. Cela permet de maîtriser ses émotions et d'être plus



Sarah Ourahmoune propose des cours au club Boxer Inside, à Paris et à Aulnay-sous-Bois

aligné avec soi-même. Là, il est question de posture et d'attitude : qu'est-ce que je dégage quand on je suis face à quelqu'un ?

Et les plus grandes différences ?

S.O. : La première, c'est que lorsqu'on on est sportif de haut niveau, on passe 90% du temps en préparation avant de se lancer dans la compétition. Alors que dans l'entrepreneuriat, on crée sa boîte, et on est tout de suite en compétition. La seconde, c'est que l'on peut s'épanouir dans l'entrepreneuriat même si on n'est pas numéro un, alors que dans le sport de haut niveau, il faut être champion pour exister.

C'est quoi pour vous la réussite ?

S.O. : La réussite, je l'associe énormément au plaisir et à l'épanouissement personnel, que ce soit dans le sport ou, comme aujourd'hui, dans mes projets professionnels. J'ai besoin de m'éclater pour être plus efficace !

INTERVIEW

« Créer un pont entre les entreprises et les breakdancers »

Comment passe-t-on de danseur hip-hop à entrepreneur ? Youcef Tafat, 30 ans, nous raconte, comment de cette passion pour le breakdance est née StreetSmile.

Comment est né le concept de StreetSmile ?

Youcef Tafat : Le breakdance est arrivé dans ma vie à 13 ans. Deux ans plus tard, j'ai commencé à faire des spectacles de rue en parallèle de mes études. Au-delà d'être une source de revenus, cela s'est révélé très formateur. J'ai appris à faire un bon spectacle, à me vendre auprès du public. J'ai énormément voyagé, je me suis formé et j'ai rencontré beaucoup de performeurs. Tout cela pour arriver au constat que les breakdancers, de surcroît artistes de rue, étaient livrés à eux-mêmes. J'avais le sentiment que nous n'avions pas accès aux opportunités de professionnalisation et aux bons réseaux. C'est pour cette raison, armé de mon master en gestion option entrepreneuriat, et surtout de mon expérience, que j'ai souhaité, avec un ami d'enfance, monter une structure pour que les danseurs de rue bénéficient d'un statut légal, avec des fiches de paie et une couverture sociale. L'objectif était double : exister au sein de la société et permettre une démocratisation de l'accès à l'information sur les moyens de professionnalisation pour les danseurs.

En quoi StreetSmile est-elle un « game changer » ?

Y. T. : Nous sommes la première structure en France qui permet aux danseurs de rue d'obtenir le statut d'intermittent. Le défi à relever était de réussir à changer le *game* en apportant une véritable plus-value à la pratique du breakdance, et au hip-hop en général. Depuis notre création, nous accompagnons ainsi 120 danseurs.

Quelles prestations proposez-vous ?

Y. T. : Il n'y a pas qu'une façon de travailler avec nous mais plusieurs. Il y a des artistes qui travaillent avec nous sur les spectacles de rue. Il y en



Youcef Tafat, cofondateur et CEO de StreetSmile

a d'autres qui travaillent avec nous sur des spectacles sur scène, sur des commandes de projets artistiques. On accompagne aussi des danseurs chorégraphes en tant que bureau de production. Quoi qu'il en soit, on note un véritable engouement pour la culture hip-hop et une envie de casser les codes. De plus en plus d'entreprises font ainsi appel à nous. On essaie vraiment de créer un pont entre les entreprises qui s'intéressent au breakdance dans le cadre de l'organisation d'un événement et notre communauté de danseurs.

Quelles ambitions pour demain ?

Y. T. : Ce qui nous tient à cœur, avant tout, c'est de continuer à accompagner nos artistes dans le développement de leur carrière et de leurs projets. Ensuite, on ambitionne de développer davantage notre réseau d'entreprises clientes pour consolider notre notoriété et notre savoir-faire. Et puis, bien sûr, nous souhaitons nous ouvrir à l'international, en priorité aux pays francophones.

TRIBUNE

Avec les avocats, donnez à votre entreprise l'élan dont elle a besoin

Les avocats sont des partenaires essentiels pour les entrepreneurs. Une fois que l'on a dit ça, encore faut-il le prouver... On relève le défi !

Lorsqu'on lance son entreprise, il faut penser à tellement de choses : le produit ou le service bien sûr, ses évolutions, les modes de distribution, les clients potentiels... De toutes ces réflexions émanent un modèle qui n'appartient qu'à vous. Un produit fidèle à vos envies que vous avez créé de toutes pièces. Des canaux de distribution, physiques ou digitaux, dans lesquels vous vous investirez en visant le succès de votre entreprise. Mais comment protégez-vous toutes ces idées ? toutes VOS idées ?

Vous créez, nous protégeons

L'avocat intervient dès le début de votre aventure entrepreneuriale pour poser les bases juridiques, sécuriser les actifs de votre entreprise, protéger vos idées. Nous rédigeons vos statuts pour qu'ils correspondent à vos projets, nous vous accompagnons dans le dépôt des marques et brevets, nous sommes là aussi pour accompagner votre développement : rédaction des conditions de vente, des contrats de travail ou avec des prestataires, des cessions de droits...

À chaque étape de vie de votre entreprise, l'avocat s'assure que les bases restent solides, que vous et vos actifs êtes correctement protégés.

L'avocat, garantie d'un quotidien serein

Être accompagné par un avocat c'est prévenir tout conflit grâce à des bases juridiques identifiées et posées clairement par des experts. C'est confier à un tiers de confiance, sous le sceau du secret professionnel cher à la profession, ses craintes, ses doutes, mais aussi ses succès pour les pérenniser. La profession d'avocat s'est battue longuement pour conserver et même élargir le secret professionnel. Pas tant pour les avocats que pour vous ! Car nous pensons qu'il est indispensable de pou-

voir nous parler en toute confiance et que seul ce lien de confiance permet de vous accompagner durablement et efficacement.

À vos côtés aussi face aux coups durs

L'avocat sera là aussi si vous devez faire face à des difficultés.

Qu'il soit économique, juridique ou salarial, nous trouverons toujours une solution pour vous accompagner jusqu'à la résolution du problème. Particulièrement investis dans la vie économique, les avocats proposent depuis le début de la crise sanitaire un accompagnement dédié aux entreprises en difficulté, notamment via un outil d'autodiagnostic disponible sur avocat.fr. Le contexte économique évolue rapidement, nous vous aidons à rester alerte et à jour.

Particulièrement investis dans la vie économique, les avocats proposent depuis le début de la crise sanitaire un accompagnement dédié aux entreprises en difficulté.

Trouvez votre avocat sur avocat.fr

Vous ne connaissez pas encore d'avocat ? Rendez-vous dès maintenant sur avocat.fr pour en trouver un près de chez vous, dans votre budget et pour la spécialité que vous recherchez. Il y a 71000 avocats en France, répartis sur tout le territoire. Vous trouverez forcément le vôtre pour donner à votre entreprise le nouvel élan dont elle a besoin.



ENTREPRENEUR + AVOCAT

Les avocats, partenaires de votre croissance.

Trouvez votre avocat sur avocat.fr



INTERVIEW

« Le Netflix du foot entre copains »

Un jeu de fantasy football devenu culte en moins de 10 ans, une stratégie marketing axée sur le bouche-à-oreille, 2 millions de fans depuis le début... Martin Jaglin, cofondateur de Mon Petit Gazon, nous livre quelques-uns de ses secrets.

Quel a été le coup d'accélérateur pour passer d'un projet entre potes à une success story ?

Tout a commencé en 2011 par un coup de cœur, avec deux amis, Benjamin et Gregory. Parce qu'on est tous les trois fans de foot et fans de technologie, on a eu l'idée de lancer le jeu auquel on avait envie de jouer. À l'époque, c'était un projet personnel auquel on consacrait nos soirées et nos week-ends. De 5000 inscrits la première année, on est passé à 75 000 puis 125 000, puis 200 000. Cela a pris de l'ampleur alors qu'on n'avait toujours pas d'application mobile ni de page sur les réseaux sociaux. Et là, on s'est dit que c'était le moment de vérité. « Lançons un crowdfunding pour voir si cela prend vraiment. » On a récolté 40 000 € en trois semaines. Un coup d'accélérateur qui nous a permis de développer notre appli. En 2017, nous avons quitté nos emplois respectifs pour nous consacrer à notre projet. Deuxième étape importante en 2018 : une 2^e levée de fonds auprès de la famille Amaury et de plusieurs *business angels* dont Sébastien Bazin et le producteur de musique Martin Solveig.

Votre jeu a réussi à se faire connaître et à se développer rapidement sans pub. Comment avez-vous fait ?

On grandit exclusivement par le bouche-à-oreille. À partir du moment où une personne est fan du jeu, elle devient ambassadeur. On n'a pas de budget marketing-communication. On mise tout sur l'expérience du jeu, qui bouleverse la façon de vivre le foot. Avant, on regardait un match avec ses copains de manière passive. Aujourd'hui, en plus de commenter le match sur les réseaux, avec Mon Petit Gazon (MPG), on devient entraîneur virtuel de joueurs réels. On est en quelque sorte devenu un Netflix entre copains, une série qui revient chaque semaine avec des rebondissements, de nouveaux protagonistes. Il n'y a rien à gagner.



Martin Jaglin, cofondateur de Mon Petit Gazon

La seule raison pour laquelle les gens viennent, c'est pour s'amuser entre amis. Aujourd'hui, 2 millions d'utilisateurs y ont déjà joué.

Quels sont vos prochains axes de développement ?

Nous souhaiterions d'abord devenir un véritable acteur européen. Ensuite, dans un avenir plus proche, 2022 est une année Coupe du Monde. Et nous espérons que ce sera une belle fête avec Mon Petit Prono, le petit frère de MPG. Enfin, à plus long terme, nous devons intégrer toutes les nouvelles technologies qui bouleversent le monde du gaming, que ce soit les NFT, les cryptomonnaies ou le metavers.

Quel conseil donneriez-vous à un entrepreneur qui souhaite lancer son app ?

Il est essentiel d'apprendre à faire du *no code* ou du *low code* pour être capable de faire son prototype tout seul. Aujourd'hui, avec la pénurie de développeurs, de nombreux projets – dans la tech – ne voient pas le jour, faute de profils qualifiés.

TRIBUNE

Plus votre portefeuille de marques et de brevets est solide, plus votre entreprise est performante

La propriété industrielle est au cœur du développement et de la compétitivité des entreprises. Une étude européenne* montre qu'il existe une forte corrélation entre propriété de brevets, marques, dessins et modèles, d'une part, et performance des entreprises, d'autre part : les entreprises qui détiennent des brevets génèrent un chiffre d'affaires par salarié 36% plus élevé que celles qui n'en ont pas. C'est encore plus prononcé pour les PME : celles qui sont titulaires de brevets, marques ou dessins et modèles ont un chiffre d'affaires par employé 68% plus élevé que celles qui n'en ont pas.

C'est un moment idéal pour que PME, ETI et start-up se saisissent du sujet.

Nos champions industriels français sont maîtres dans l'art d'utiliser la propriété industrielle. Force est de constater, en revanche, que c'est moins le cas dans les plus petites structures. En France, le nombre de brevets déposés par les PME représente à peine 20% du nombre total de dépôts. Aucune PME ne figure dans le palmarès des 50 premiers déposants de brevets, publié chaque année par l'INPI. Si les PME veulent se développer et être compétitives, la protection de leurs inventions et de leurs créations n'est plus une option, *a fortiori* dans un contexte mondial de plus en plus concurrentiel et tendu.

Le droit français de la propriété industrielle a récemment fait l'objet de plusieurs évolutions historiques, qui conduisent à un renforcement de la qualité et de la solidité des brevets et des marques, octroyant ainsi un avantage compétitif supplémentaire aux entreprises qui disposent de titres français. Parallèlement, la mise en œuvre du brevet à effet unitaire européen et de la



Pascal Faure, Directeur général de l'INPI

Juridiction unifiée des brevets se dessinent pour la fin de l'année, ce qui permettra une meilleure protection, pour un coût réduit.

C'est un moment idéal pour que PME, ETI et start-up se saisissent du sujet. Il est fondamental pour elles de « penser propriété industrielle » en même temps que de « penser stratégie », pour se protéger bien sûr, mais aussi pour attirer les investisseurs et pour générer des revenus additionnels. PME, ETI, start-up : l'INPI, plus que jamais, s'engage à vos côtés pour favoriser l'innovation et renforcer la compétitivité. Rencontrons-nous !

* Droits de propriété intellectuelle : des avantages économiques, en particulier pour les petites entreprises - Source : OEB-EUIPO, février 2021

Pascal Faure, Directeur général de l'INPI

Quatre podcasts à écouter quand on est entrepreneur(e)

Pour s'inspirer, découvrir de nouvelles façons de gérer son activité, ou encore repenser la place du travail dans nos vies : voici notre sélection de podcasts !

S'inspirer des meilleur(e)s

Ces entrepreneur(e)s ont passé(e)s par le pire et le meilleur et en ont appris beaucoup. Mentors, modèles, inspirations, ils et elles passent aux rayons X le temps d'un épisode de podcast.



LE PODCAST DE PAULINE LAIGNEAU

Cofondatrice de la marque française de joaillerie Gemmyo, Pauline Laigneau lance son podcast pour partager ses rencontres avec des personnalités qui l'ont fait grandir. Les témoignages sont variés et ont tous pour objectif de donner à « côtoyer le succès pour inventer le sien ». Tous les lundis, avec ses invités, Pauline Laigneau décrypte leur parcours, leurs erreurs comme leurs réussites, leurs astuces, et leur philosophie. Tous les mercredis, elle coache, le temps d'une « Leçon » de 20 minutes, un auditeur du podcast !
Durée : 20 minutes (La Leçon), 1 heure (entretiens)

GÉNÉRATION XX

Dans son podcast *Génération XX*, Siham Jibril invite des entrepreneurs qui partagent leur histoire, le parcours qu'elles ont emprunté, ce qu'elles ont appris, avec humilité et simplicité.

Elles sont fortes, authentiques, audacieuses, et inspirantes... Près de 100 récits vous attendent !
Durée : 1 heure

Prendre de la hauteur

Ces deux dernières années ont bousculé les certitudes, les modes de vie, les équilibres et les projets d'avenir soudain devenus incertains. Le travail, pour la place qu'il prend et celle qu'on lui donne, c'est le sujet de ces deux podcasts qui vous donneront du grain à moudre...

TRAVAIL (EN COURS)

« Guerre en Ukraine : les entreprises doivent-elles prendre position ? », « Une vie sans travail est-elle possible ? », « Comment réussir à déconnecter pendant vos vacances ? », voici quelques sujets du podcast produit par Louie Média sur la thématique du travail, la place qu'il a dans nos vies et les bouleversements qu'il connaît à notre époque. Sociologique, philosophique et scientifique, ce podcast vous propose des éclairages et des explications d'experts, pour prendre un peu de hauteur !
Durée : entre 15 et 45 minutes selon les épisodes

HOW'S WORK? WITH ESTHER PEREL

L'iconique thérapeute de couple d'origine belge et installée aux États-Unis s'attaque à nos relations de travail ! Le constat est simple : la qualité de nos relations détermine la qualité de nos vies. Dans chaque épisode de ce podcast en anglais, Esther Perel reçoit dans son cabinet, le temps d'une session, un binôme de travail qui rencontre des difficultés ou une impasse.

Ce fascinant exercice d'exploration aide à comprendre ce qui sous-tend nos relations de travail et à mieux cerner les dynamiques qui façonnent nos vies professionnelles.

Durée : 50 minutes

Levée de fonds : comment transformer l'essai ?

Chaque année, les projets de levée de fonds sont plus nombreux. Pour autant, très peu remportent l'adhésion des investisseurs. Dans ce contexte, comment faire la différence ?

Réussir son pitch

Le pitch est une brève présentation destinée à donner un aperçu rapide de votre entreprise ou projet d'entreprise à des investisseurs potentiels. Pour être efficace, il doit être clair et concis. Si la structure optimale s'est uniformisée, elle peut varier légèrement en fonction du modèle commercial. Voici les éléments clés à présenter : une introduction, l'équipe, le problème, la solution que vous apportez, le produit/service, le marché, la concurrence, l'argument de vente qui vous rend unique, le *business model*, le *call to action* / besoin en capital. Gardez à l'esprit que l'introduction est une présentation dans la présentation, où vous illustrerez de manière très brève et précise le caractère unique de votre idée d'entreprise.

Connaître les indicateurs financiers essentiels

Lors d'une levée de fonds, les investisseurs seront particulièrement attentifs à certains indicateurs financiers. Si votre entreprise ne génère pas encore de chiffre d'affaires, les principaux indicateurs seront le *burn rate*, c'est-à-dire le montant dépensé chaque mois, le niveau de trésorerie et des indicateurs non financiers, comme la propriété intellectuelle. Si votre entreprise génère du chiffre d'affaires, ils s'intéresseront aux indicateurs liés aux revenus (chiffre d'affaires prévisionnel, capacité d'auto-financement, besoin en fonds de roulement, etc.), aux clients (taux de renouvellement, de désabonnement), à la croissance (coût d'acquisition client, etc.) ou aux ventes.

Bien choisir ses business angels

Si lever l'argent nécessaire pour faire décoller votre projet est une étape essentielle, avoir un mentor qui soit un entrepreneur expérimenté est peut-être encore plus important. C'est ce rôle clé que peuvent jouer les *business angels*, à condition de bien les choisir. C'est pourquoi il est préférable de vous tourner vers ceux qui ont une expérience spécifique dans votre secteur et en matière d'investissement. Un examen minutieux de leur parcours professionnel



vous donnera une idée précise de la façon dont ils travaillent, du réseau dont ils disposent et des partenaires qu'ils pourraient être dans le futur. Pensez également à discuter rapidement de vos objectifs respectifs pour vous assurer qu'ils sont en adéquation.

Savoir décrypter sa term sheet

Une *term sheet*, parfois appelée LOI (*Letter Of Intent*) ou lettre d'intention en français, est un accord non contraignant signé entre un investisseur et la société dans laquelle il investit, et un document juridique qui définit les conditions principales de cet investissement. Si vous n'avez jamais vu de *term sheet* auparavant, il se peut que le jargon utilisé vous donne le tournis. Les principales clauses d'une *term sheet* peuvent être regroupées en quatre catégories : les modalités financières de l'investissement, les droits et la protection des investisseurs, la gestion et le contrôle de la gouvernance, les règles sur les cessions de titres et les engagements des fondateurs. La *term sheet* est donc l'un des documents les plus importants que vous aurez à signer, puisqu'elle désigne les principaux termes de votre accord avec vos investisseurs.

1/3

Quand on est la banque d'une PME sur trois, on est forcément acteur de l'économie locale.

CIC

Construisons dans un monde qui bouge.

Étude « PME PMI et les banques 2021 », Kantar TNS. Crédit Industriel et Commercial - RCS Paris 542 016 381.

cic.fr

5 idées reçues (déjàment tenaces) sur l'entrepreneuriat

« *Entreprendre, c'est trop compliqué* », « *Pour se lancer, il faut pouvoir se le permettre financièrement* », « *Adieu soirées et week-ends* »... En lançant votre activité, vous serez très certainement confronté à bon nombre de clichés sur la vie des entrepreneurs. Mais la réalité est très éloignée de ces stéréotypes. Décryptage de 5 préjugés largement répandus.

« Il suffit d'une idée géniale ! »

Nombreuses sont les entreprises créées à partir de grandes idées qui se sont effondrées. Pourquoi en est-il ainsi ? Tout d'abord parce qu'une idée « géniale » fonctionnera dans un environnement donné et à un moment donné. Rien ne garantit en effet qu'un concurrent ayant sa propre vision de la même idée n'apparaisse et menace votre activité. Le timing est également un élément essentiel : une bonne idée, qui arrive avant que le marché ne soit prêt ou lorsque la tendance est passée, aura de grandes chances d'échouer.

Sans oublier que de la théorie à la pratique, des facteurs extérieurs sont à prendre en compte : de même qu'un business plan bien conçu peut montrer ses limites sur le terrain, une bonne idée n'a de valeur que par les personnes qui la mettent en œuvre. Sans une équipe solide à vos côtés, votre projet peut se solder par un échec. Enfin, un environnement commercial n'étant jamais statique, une idée vraiment géniale devra aussi être suffisamment souple pour évoluer en fonction des circonstances.

« Impossible de se financer en France... »

Contrairement à une idée reçue, la France n'est pas un territoire hostile au financement de projets entrepreneuriaux. En dehors de l'apport personnel, de nombreuses solutions existent pour financer une création d'entreprise, à commencer par la *love money*, un capital accordé par

la famille ou les amis, qui peut servir de levier pour lever des fonds ou décrocher un prêt auprès d'une banque.

Autre option, les *business angels* qui investissent dans la phase initiale d'une entreprise en échange d'une participation à son capital ; ils jouent généralement un rôle de mentor auprès des entrepreneurs. Les incubateurs et les accélérateurs offrent eux aussi un encadrement et un petit investissement de départ en échange d'une participation au capital. De nombreuses aides (Accre, aides de l'État, des collectivités locales, prêts d'honneur, etc.) et subventions (crédit impôt recherche, crédit innovation, subventions de l'Union européenne, etc.) sont également disponibles.

« Ils n'ont plus de vie »

L'image de l'entrepreneur travaillant 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 est un autre cliché très répandu. Mais correspond-il à la réalité ?

Si les premières années d'une entreprise sont souvent synonymes de semaines chargées pour son dirigeant, cela ne signifie pas nécessairement renoncer à sa vie personnelle. Pour trouver le juste équilibre, il est nécessaire d'aborder votre entreprise et votre temps de manière proactive : vous êtes votre propre patron, vous pouvez décider de vos disponibilités et prévoir du temps pour vous et vos proches. S'imaginer efficace 7 jours 7 est illusoire, c'est au contraire en ménageant du temps libre que l'on gagne en produc-



tivité. Pensez également à vous déconnecter : il est difficile d'accomplir quoi que ce soit si l'on est constamment distrait par des courriels et des appels téléphoniques. Enfin, l'essentiel est de savoir déléguer et externaliser pour partager les tâches et les responsabilités et utiliser votre temps à bon escient.

« La première année, on gagne 0 € »

Combien de temps faudra-t-il pour que mon entreprise devienne rentable ? Verrai-je des bénéfices dès la première année ? Ce sont quelques-unes des ques-

tions les plus courantes que se posent les nouveaux chefs d'entreprise. La rentabilité dépend en partie de l'entreprise et de son type d'activité : une entreprise en ligne sera par exemple probablement plus rapidement rentable qu'un magasin traditionnel, qui a plus de frais d'exploitation.

La réalité est cependant plus complexe. En effet, la première année d'activité de votre entreprise consistera principalement à poser ses fondations, ce qui coûte de l'argent. Qu'il s'agisse de frais de marketing, de recrutement ou d'achat de

matières premières, vous devrez décider si vous voulez investir davantage dans le développement de votre entreprise ou travailler à la réalisation de votre premier bénéfice.

Si vous optez pour la première option, vous serez amené à réinvestir une partie de vos bénéfices, sans garantie que cet investissement ne génère rapidement des revenus. De cette décision dépendra la rentabilité de la première année de votre entreprise.

« Je ne peux pas me le permettre, j'ai une famille à nourrir ! »

Créer son entreprise comportera toujours une importante part de risques. Pourquoi alors les entrepreneurs se lancent-ils dans l'aventure, malgré ce niveau de risque élevé ? Parce qu'un entrepreneur qui réussit ne met presque jamais tout ce qu'il a en jeu sur la table : si le risque est essentiel à l'esprit d'entreprise, ce sont les risques calculés qui font le succès des entreprises.

Tout chef d'entreprise doit donc être en mesure d'évaluer les principaux risques auxquels s'expose son entreprise (coûts inattendus, ventes inférieures aux prévisions, etc.), la probabilité qu'ils se produisent et les conséquences s'ils se produisent.

Accepter l'idée d'un risque calculé est essentiel avant même de rédiger un business plan : si vous pouvez dépasser la peur qui l'accompagne, vous pourrez vous projeter sereinement dans votre projet d'entreprise.





ENTREPRENDRE DANS L'ARTISANAT

Cherche conseils pour créer mon entreprise artisanale

RENCONTRONS-NOUS !

#CMAcreation

VENEZ RENCONTRER NOS CONSEILLERS SUR LE SALON



STAND C37

6 & 7 avril 2022

TRIBUNE

« Soutenir la croissance des entrepreneurs, une priorité pour nous »

Forte d'un dispositif de 540 agences et de 18 espaces dédiés aux TPE, BNP Paribas a pour ambition de soutenir les entrepreneurs et d'accompagner la création et l'accélération de leurs projets en Île-de-France.

La plateforme Lancez-vous, pour booster la création d'entreprise

L'entrepreneuriat est à la fois un défi économique, sociétal, humain et personnel. Avec la plateforme *lancezvous.bnpparibas*, les créateurs peuvent bénéficier d'avantages et de conseils dans leurs démarches, depuis la phase d'idéation jusqu'à celle du développement. Un outil qui facilite grandement l'accélération des projets entrepreneuriaux.

Suivez ces entrepreneurs inspirants, sur les pages LinkedIn [#ActForImpact](#) et [#ConnectHers](#).

Act For Impact, le dispositif dédié aux entrepreneurs à impact

Act For Impact by BNP Paribas soutient la croissance des entrepreneurs à impact social ou environnemental, quels que soient leur forme juridique et leur stade de développement. Ce dispositif dédié intègre une offre bancaire complète, des innovations financières comme l'outil de mesure d'impact, des financements comme le contrat à impact et des accès privilégiés à nos partenaires incubateurs, plateformes de financement participatif ou fonds d'investissement tels que Ulule, Citizen Capital, Alter Equity, ou Makesense Seed 1. BNP Paribas met aussi à disposition un tiers-lieu, place des Fêtes Paris 19^e, pour accueillir les associations et partenaires d'Act For Impact.



Pascal Fèvre, Directeur Régional Paris, BNP Paribas

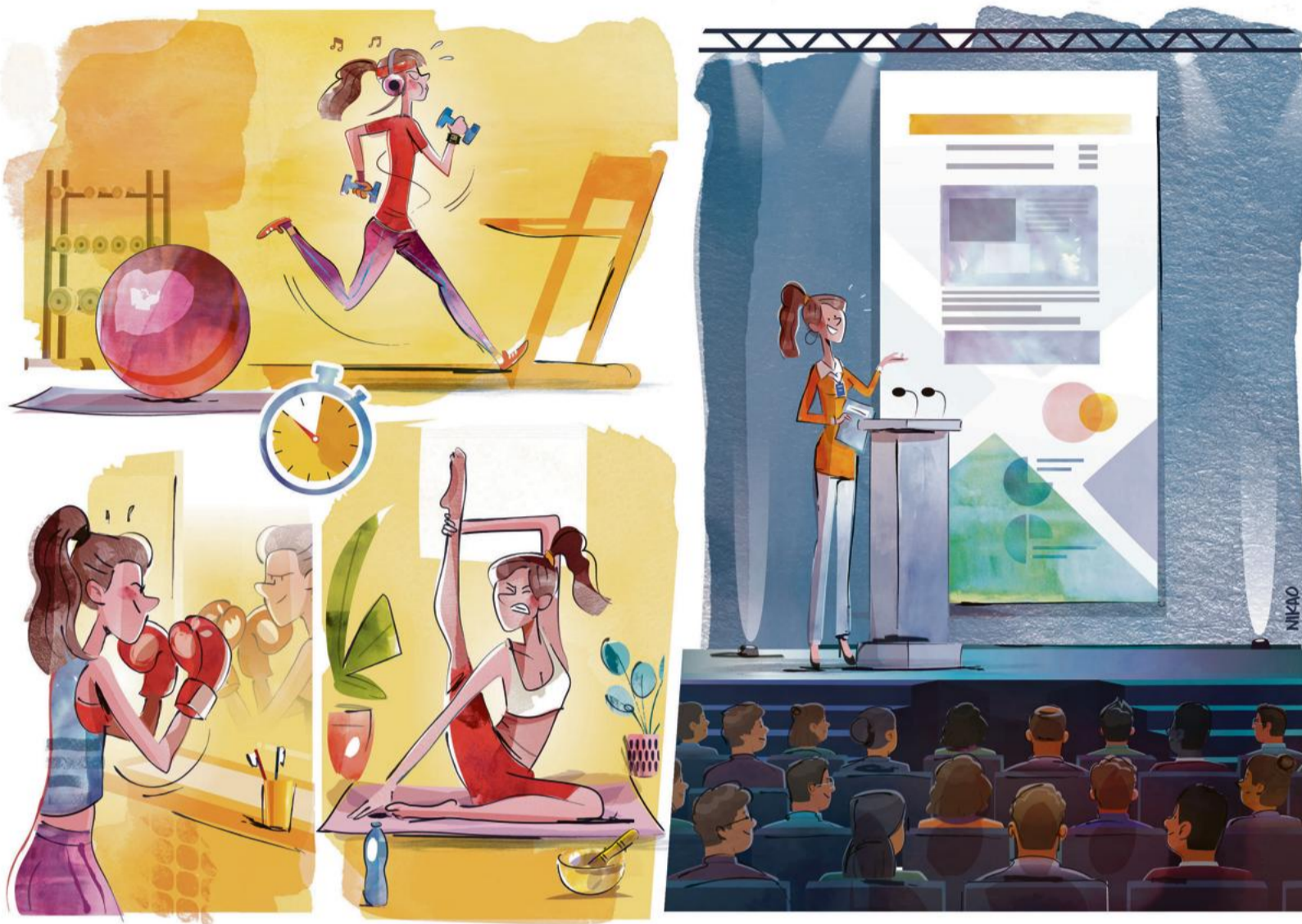
Connect'Hers, le programme pour accompagner les femmes entrepreneurs

Nos banquiers sensibilisés aux spécificités de l'entrepreneuriat féminin proposent de nombreux ateliers thématiques et des parcours d'accompagnement en étroite relation avec nos partenaires des réseaux féminins (Bouge Ta Boîte, Les Premières, FCE, Sista...) ou mixtes (Initiative France, Réseau Entreprendre...). Nous facilitons aussi l'accès aux financements des entrepreneures avec la mise à disposition d'une enveloppe annuelle de 3 milliards d'euros de crédit d'investissement. BNP Paribas Développement, de son côté, a pour ambition de consacrer 25% de ses investissements annuels en fonds propres vers des entreprises détenues ou dirigées par des femmes, à horizon 2025.

Enfin, pour valoriser les femmes entrepreneures, BNP Paribas et le Women's Forum créent le French Women Entrepreneurs 40 (FWE40), le premier palmarès annuel des 40 entreprises françaises en croissance dirigées par des femmes. De la start-up à l'ETI, il est possible de candidater sur [fwe40.com](#) jusqu'au 12 septembre 2022.

Pascal Fèvre, Directeur Régional Paris, BNP Paribas

Ma vie d'entrepreneur(e) : être bien dans ses baskets



LEVÉE DE FOND(S)... LA PRÉPARATION EST ESSENTIELLE !

GO
ENTREPRENEURS

À retrouver
sur l'événement

160 PARTENAIRES

- Bpifrance
- CCI Paris Île-de-France
- Conseil National des Barreaux
- Ordre des Experts-comptables
- Région Île-de-France
- CIC
- Chambre des Métiers et de l'Artisanat
- Ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance
- Pôle Emploi...

30 animations thématiques

Consultations individuelles
Networking
Media training : l'art du pitch
Coworking
La librairie des entrepreneurs
...

350 personnalités

Julia Bijaoui, Elodie Carpentier, Jacques-Antoine Granjon, Antoine Jouteau, Pauline Laigneau, Alexandre Mars, Frédéric Mazzella, Guy Pezaku, Alexandre Prot, Julien Sebbag, Style_ tonic, Hugo Travers, ...

Inscription gratuite et programme complet sur www.go-entrepreneurs.com

INFOS PRATIQUES

Mercredi 6 & jeudi 7 avril 2022
à Paris La Défense Arena

Pour aider votre
entreprise à passer
du brouillon
au projet,
nous sommes là.

Le parcours de la création d'entreprise:
www.iledefrance.fr/entrepreneur-leader

La Région Île-de-France soutient les entrepreneurs
à toutes les étapes de leur développement pour bâtir et financer
leur projet, ou piloter leur entreprise.

TOUTE UNE
RÉGION
AVEC VOUS

Région
île de France