

BAROMÈTRE

ENVIE



d'entreprendre

LE FIGARO
économie

idinvest
PARTNERS

idinvest
PARTNERS

NOVEMBRE 2015

TABLE DES MATIÈRES

PRÉSENTATION ET MODALITÉS DE RÉALISATION	5
SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS	6
L'ENVIE D'ENTREPRENDRE	11
CONJONCTURE NATIONALE ET CAPACITÉ DE FINANCEMENT DES BANQUES	12
CONJONCTURE INTERNATIONALE ET POLITIQUES EUROPÉENNES	13
OPPORTUNITÉS SECTORIELLES ET SOCIÉTALES	14
LES SOURCES DE FINANCEMENT	15
LE SECTEUR D'ACTIVITÉ ENVISAGÉ	16
LES VALEURS PERSONNELLES	17
LES RAISONS DE L'ENVIE D'ENTREPRENDRE	18
LA PRISE DE DÉCISION, LE DÉCLIC NÉCESSAIRE À LA CRÉATION D'ENTREPRISE	19
L'INDICE <i>ENVIE D'ENTREPRENDRE</i> IDINVEST PARTNERS	20
DE L'ENVIE AU PROJET D'ENTREPRENDRE : PARCOURS SYNTHÉTIQUE	21
LE PROJET D'ENTREPRISE	22
LE TYPE D'ENTREPRISE ENVISAGÉE	23
LES « FACTEURS DÉCLENCHEURS » : LES RAISONS DU PROJET D'ENTREPRISE	24
L'ABSENCE DE PROJET D'ENTREPRISE	25
LES FACTEURS DISSUASIFS	26
TÉMOIGNAGES	28

PRÉSENTATION ET MODALITÉS DE RÉALISATION

PRÉSENTATION :

Viavoice, Idinvest Partners et Le Figaro présentent la 3^e vague de l'observatoire exclusif consacré à l'idée d'entreprendre.

Cet observatoire semestriel consiste en une étude d'opinion menée auprès d'un vaste échantillon représentatif de la population française (5000 personnes).

Pour cette 3^{ème} édition, ont été réalisées parallèlement deux études comparatives en Allemagne et au Royaume-Uni afin de comparer les différences existantes dans l'« envie d'entreprendre » entre la France et ses voisins d'outre-Manche et d'outre-Rhin.

MODALITÉS DE RÉALISATION :

Sondage réalisé par Viavoice pour Idinvest Partners et Le Figaro en ligne, du 16 au 29 octobre 2015.

Trois échantillons nationaux représentatifs ont été constitués. L'échantillon « France », auquel a été posé des questions spécifiques auprès des personnes ayant un « projet concret d'entreprise », étant plus conséquent :

- France : échantillon de 5 000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.
- Royaume-Uni : échantillon de 1 000 personnes, représentatif de la population britannique âgée de 18 ans et plus,
- Allemagne : échantillon de 1 003 personnes, représentatif de la population allemande âgée de 18 ans et plus.

Représentativité par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession de l'interviewé, région.

SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS



Une envie d'entreprendre nettement plus répandue en Allemagne, puis au Royaume-Uni, qu'en France

Entreprendre, ou les écosystèmes de libertés

L'envie d'entreprendre apparaît souvent comme un mystère, et le passage à la création d'entreprise aussi. L'envie d'entreprendre ne s'apprend pas à l'école, et est relativement méconnue, alors même qu'elle est fondamentale non seulement pour la vitalité économique d'un pays, mais également pour la vie de ses citoyens.

C'est pour mieux identifier et comprendre cette réalité qu'Idinvest Partners, en partenariat avec Viavoice et Le Figaro, développent cet observatoire « Entreprendre ».

Aujourd'hui, cette étude acquiert une dimension inédite en comparant l'envie d'entreprendre en France, au Royaume-Uni et en Allemagne. Les résultats sont édifiants et révèlent des écarts majeurs entre les trois pays.

Podium de l'envie d'entreprendre : une très forte hiérarchisation Allemagne – Royaume-Uni – France

Les écarts sont sans appel : 56 % des Allemands estiment qu'actuellement, s'ils en avaient la possibilité, il auraient « envie d'entreprendre, c'est-à-dire de créer leur propre entreprise » ; en revanche, 44 % des Anglais expriment la même opinion, et... seuls 30 % des Français.

Deux enseignements sont particulièrement prégnants :

- Le score de la France, singulièrement en retrait par rapport à ceux enregistrés au sein de ses deux principaux partenaires européens ;
- La prééminence allemande par rapport à l'Angleterre, qui ne va pas de soi : l'Angleterre, société de culture plus marchande, pouvait prétendre à la tête de ce palmarès.

Aux sources de l'envie d'entreprendre (1) : l'écheveau des circonstances économiques et politiques, favorables ou préjudiciables

Ces différences entre les trois pays s'expliquent prioritairement par un écheveau de facteurs nationaux, qui incitent ou au contraire contreviennent à l'envie d'entreprendre. Parmi ces facteurs s'imposent en premier lieu :

- La « conjoncture économique » de chaque pays, considérée comme un « atout » par 57 % des Allemands, 29 % des Anglais et seulement 13 % des Français ;
- La « politique actuellement du gouvernement » de chaque pays, tenue pour un « atout » par 28 % des Allemands, 27 % des Anglais et seulement 14 % des Français.

Ainsi, pour promouvoir la volonté d'entreprendre, la France apparaît notamment pénalisée par des politiques fiscales et normatives contraignantes, qui non seulement contreviennent directement à l'envie d'entreprendre, mais également, plus indirectement, qui obèrent une conjoncture qui serait elle-même favorable.

Aux sources de l'envie d'entreprendre (2) : un goût de liberté, plus prépondérant que les ambitions financières

À ces facteurs s'ajoute une valeur essentielle : un goût puissant de liberté, plus décisif que le souhait de réussite financière.

Dans les trois pays, la volonté « d'être libre, indépendant », est citée comme la première raison qui « donne actuellement envie d'entreprendre » : 51 % des Allemands, 52 % des Anglais et 49 % des Français privilégient ce registre, avant la volonté de « gagner de l'argent (respectivement 47 %, 52 % et 32 %) et avant le souhait de s'épanouir personnellement (respectivement 41 %, 36 % et 41 %).

Et de manière très révélatrice... l'Allemagne est le pays où les valeurs de « liberté » et d'« indépendance » sont les plus prisées (51 %) devant le Royaume-Uni (43 %) et la France (38 %).

En outre, ce goût de liberté est porté par un facteur déclencheur : « un moment de grande confiance en soi » (45 % en Allemagne, 37 % au Royaume-Uni, 31 % en France).

Pour l'envie d'entreprendre : cultiver les écosystèmes de libertés

Ainsi l'ensemble des principaux résultats de cette étude convergent vers une même idée forte : l'envie d'entreprendre est portée par un goût personnel de liberté, et son épanouissement procède de circonstances propices :

- L'existence d'une dynamique économique (conjuncture) ;
- Un cadre fiscal et réglementaire qui ne soit pas contraignant ;
- La promotion de la « valeur liberté » au rang des principales valeurs d'un pays.

La particularité de ces circonstances consiste à se nourrir mutuellement, de constituer un écosystème plus ou moins favorable à la consécration des libertés.

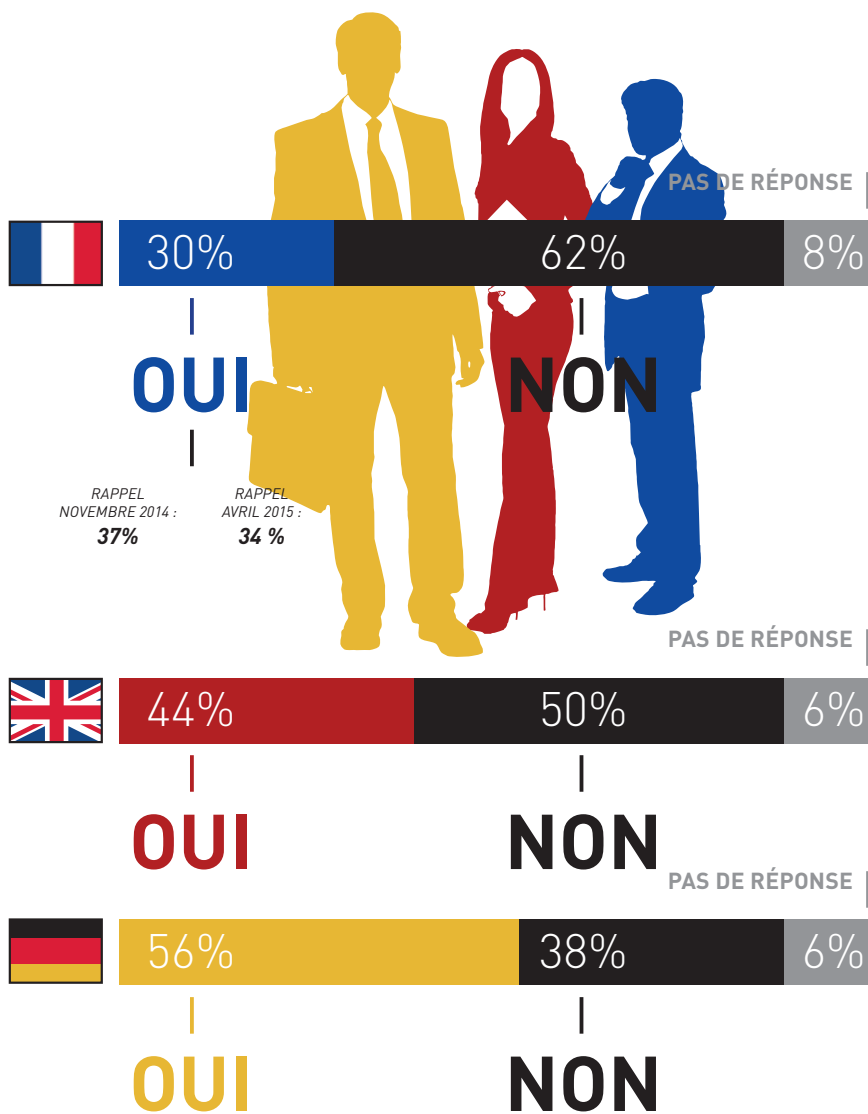
Les entrepreneurs interrogés lors d'entretiens individuels confirment l'importance de ce goût pour la liberté, qui lui-même nourrit des ambitions ; Alex Saint, co-fondateur et CEO de Secret Escapes l'assure : « les entrepreneurs sont maîtres et responsables de leurs propres destins. »

Cette liberté, le goût qu'elle suscite et les circonstances qui l'autorisent sont essentiels non seulement en termes entrepreneuriaux et économiques, mais également parce qu'ils constituent la matrice du monde de demain : la liberté au fondement de l'envie d'entreprendre est une promesse de réinvention de l'avenir.

François Miquet-Marty
Président, Viavoice

L'ENVIE D'ENTREPRENDRE

**ACTUELLEMENT, SI VOUS EN AVIEZ LA
POSSIBILITÉ, AURIEZ-VOUS ENVIE
D'ENTREPRENDRE, C'EST-À-DIRE DE CRÉER
VOTRE PROPRE ENTREPRISE ?**



CONJONCTURE NATIONALE ET CAPACITÉ DE FINANCEMENT DES BANQUES

DIRIEZ-VOUS QUE CHACUN DES POINTS SUIVANTS EST ACTUELLEMENT PLUTÔT UN ATOUT OU PLUTÔT UN FREIN POUR CRÉER SON ENTREPRISE ?



LA CONJONCTURE ÉCONOMIQUE DE VOTRE PAYS :



LA POLITIQUE ACTUELLE DU GOUVERNEMENT DE VOTRE PAYS :



LA CAPACITÉ ACTUELLE DES BANQUES À FINANCER DES PROJETS D'ENTREPRISE :



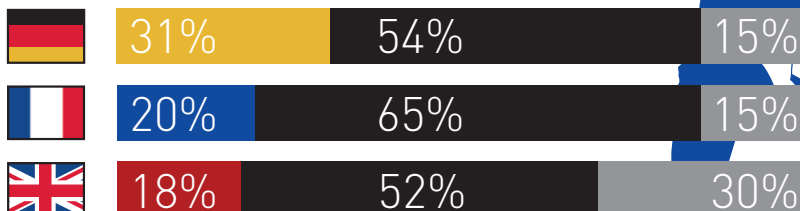
BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

CONJONCTURE INTERNATIONALE ET POLITIQUES EUROPÉENNES

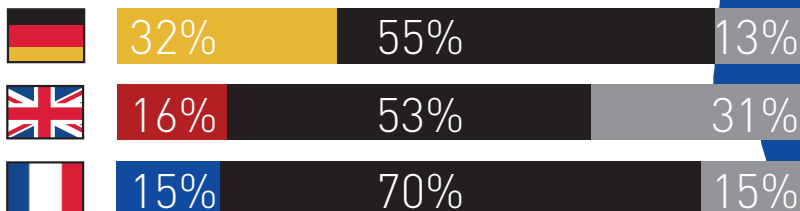
DIRIEZ-VOUS QUE CHACUN DES POINTS SUIVANTS EST ACTUELLEMENT PLUTÔT UN ATOUT OU PLUTÔT UN FREIN POUR CRÉER SON ENTREPRISE ?



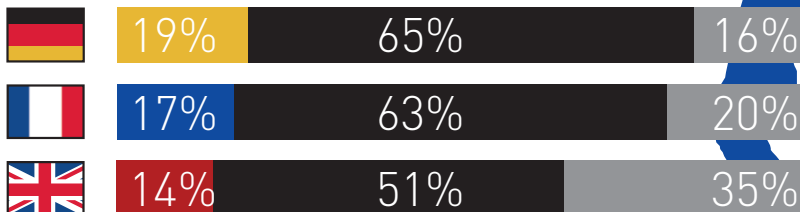
LA CONJONCTURE ÉCONOMIQUE MONDIALE :



LA CONJONCTURE ÉCONOMIQUE EUROPÉENNE :



LA POLITIQUE ACTUELLE DE L'UNION EUROPÉENNE :



OPPORTUNITÉS SECTORIELLES ET SOCIÉTALES

DIRIEZ-VOUS QUE CHACUN DES POINTS SUIVANTS EST ACTUELLEMENT PLUTÔT UN ATOUT OU PLUTÔT UN FREIN POUR CRÉER SON ENTREPRISE ?



L'ACTIVITÉ DU SECTEUR DANS LEQUEL VOUS SOUHAITERIEZ CRÉER UNE ENTREPRISE :



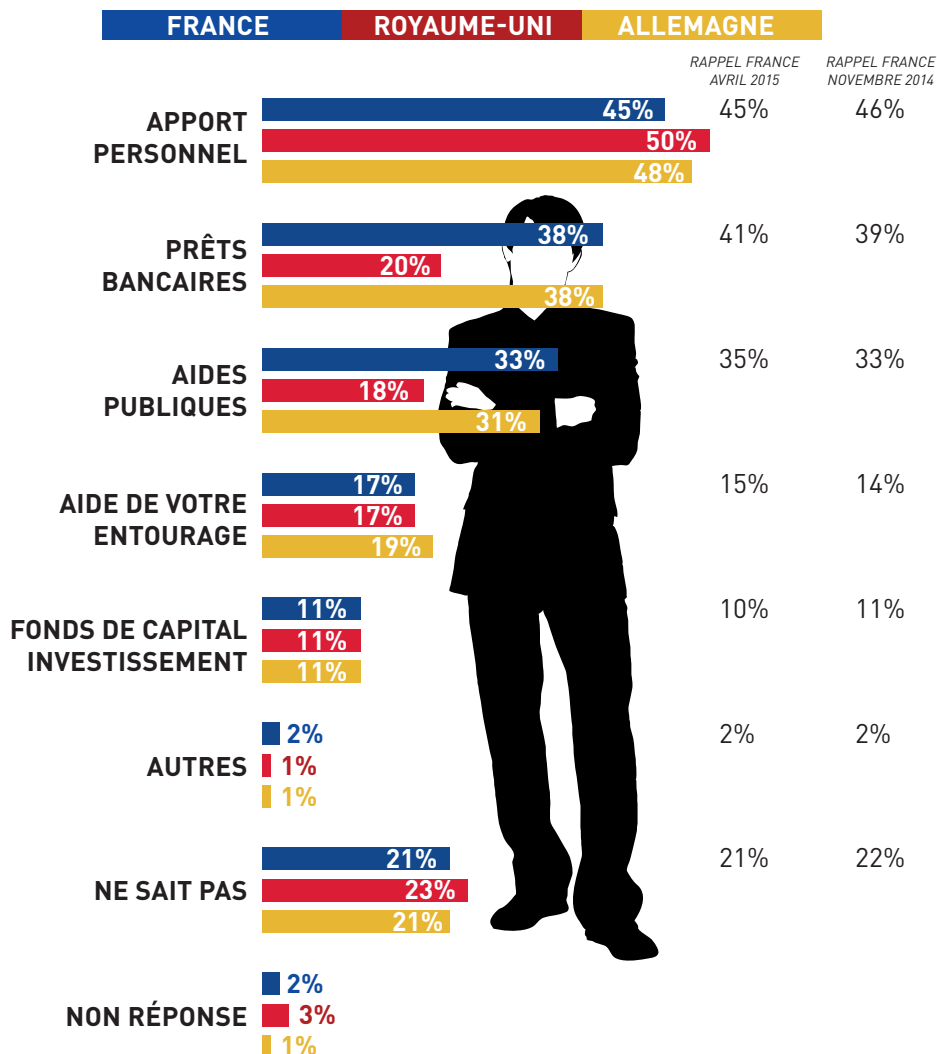
L'ÉVOLUTION DES MODES DE VIE ET DE CONSOMMATION :



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

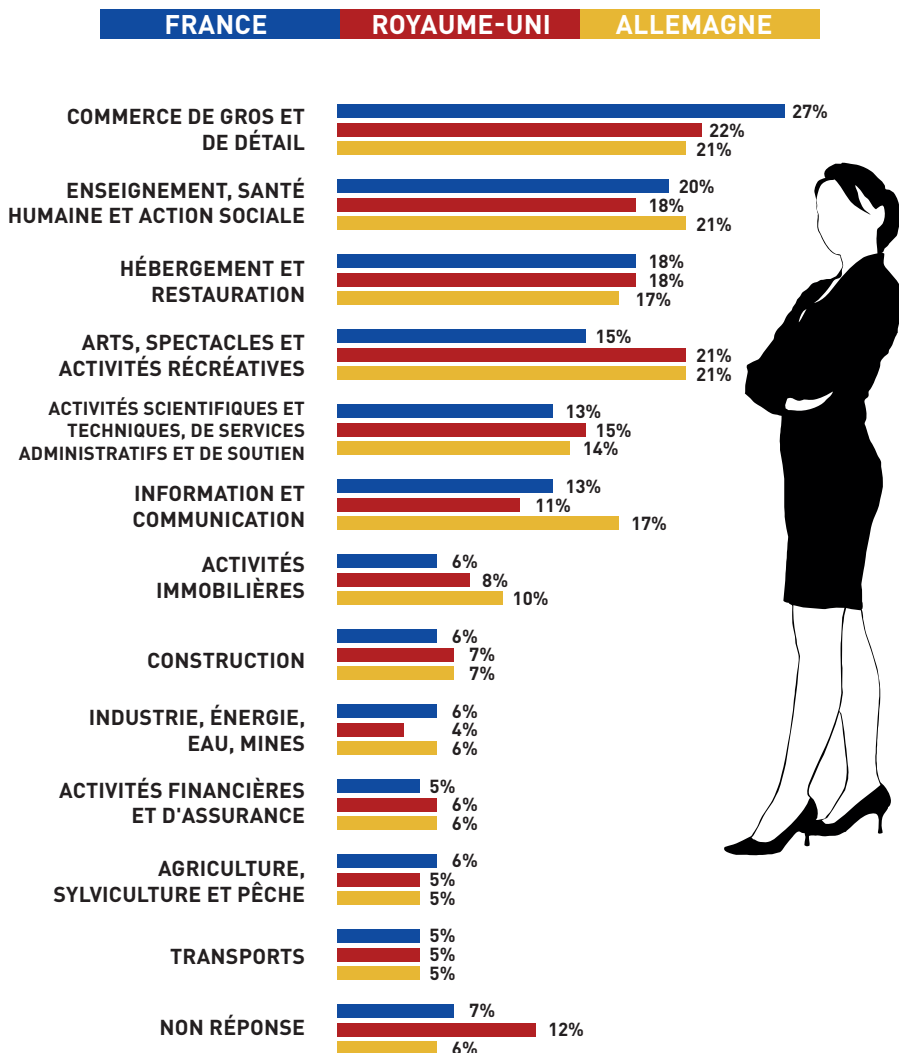
LES SOURCES DE FINANCEMENT

QUELLES SOURCES DE FINANCEMENT AIMERIEZ-VOUS MOBILISER POUR LA CRÉATION DE VOTRE ENTREPRISE ?



LE SECTEUR D'ACTIVITÉ ENVISAGÉ

DANS QUEL SECTEUR D'ACTIVITÉ AURIEZ-VOUS ENVIE DE CRÉER VOTRE ENTREPRISE ?



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LES VALEURS PERSONNELLES

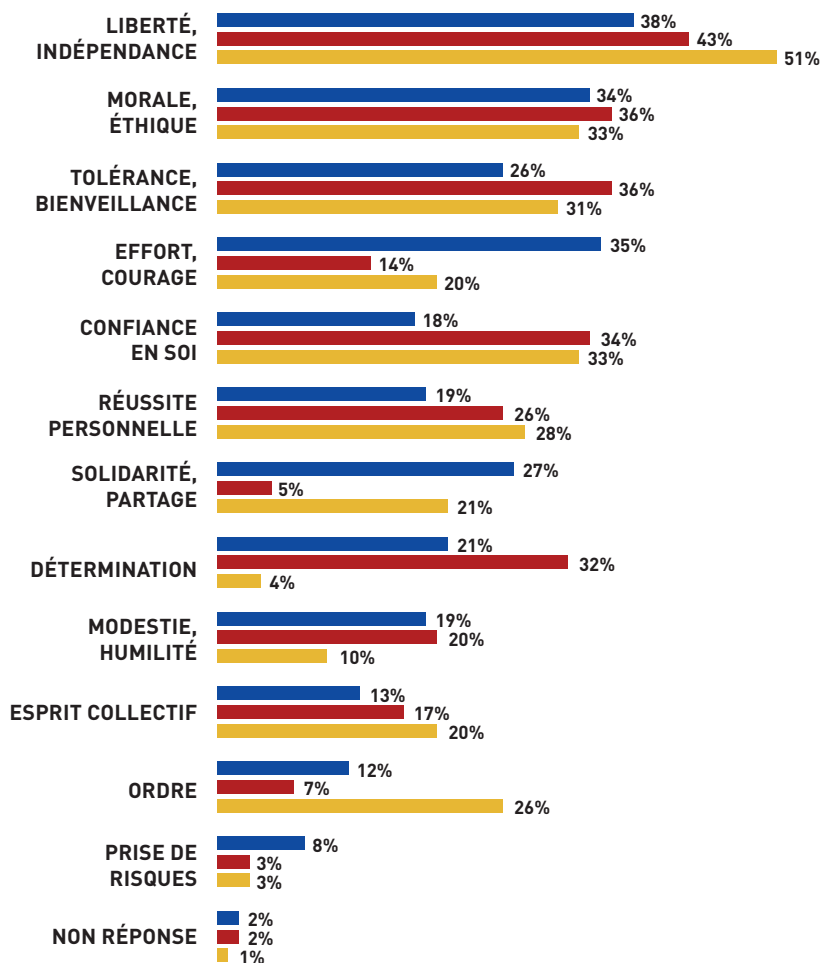
À TITRE PERSONNEL, QUELLES SONT LES PRINCIPALES VALEURS AUXQUELLES VOUS ÊTES ATTACHÉ ?

FRANCE

ROYAUME-UNI

ALLEMAGNE

TROIS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100 %



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LES RAISONS DE L'ENVIE D'ENTREPRENDRE

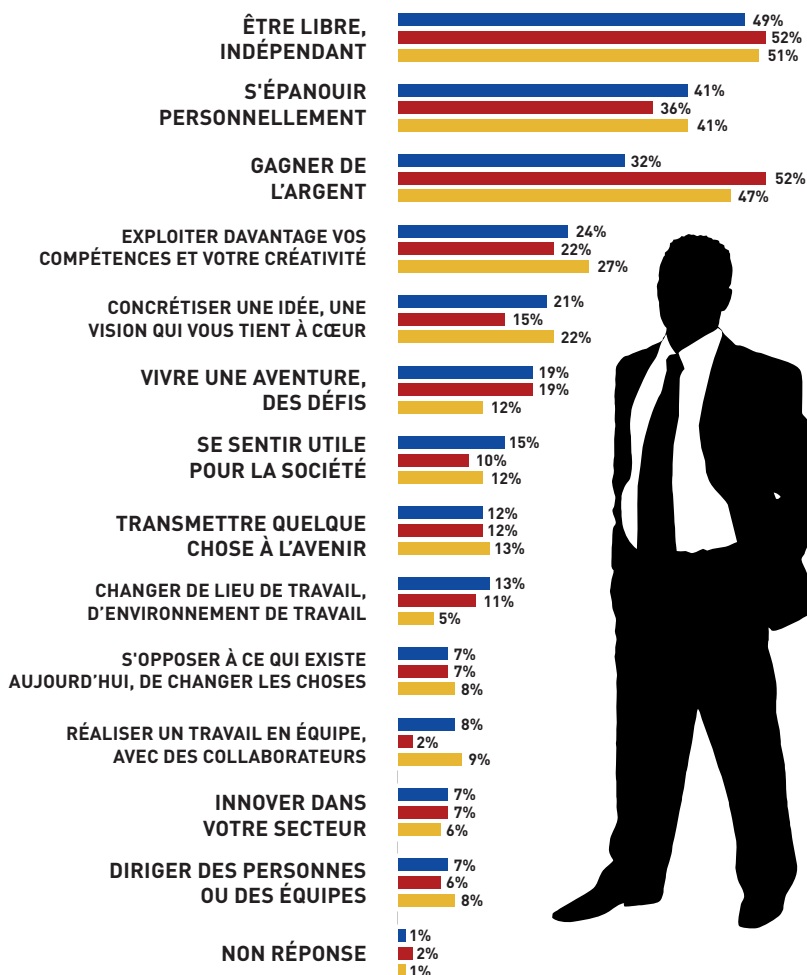
QUELLES SONT TOUTES LES RAISONS QUI VOUS DONNENT ACTUELLEMENT ENVIE D'ENTREPRENDRE ?

FRANCE

ROYAUME-UNI

ALLEMAGNE

TROIS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100 %



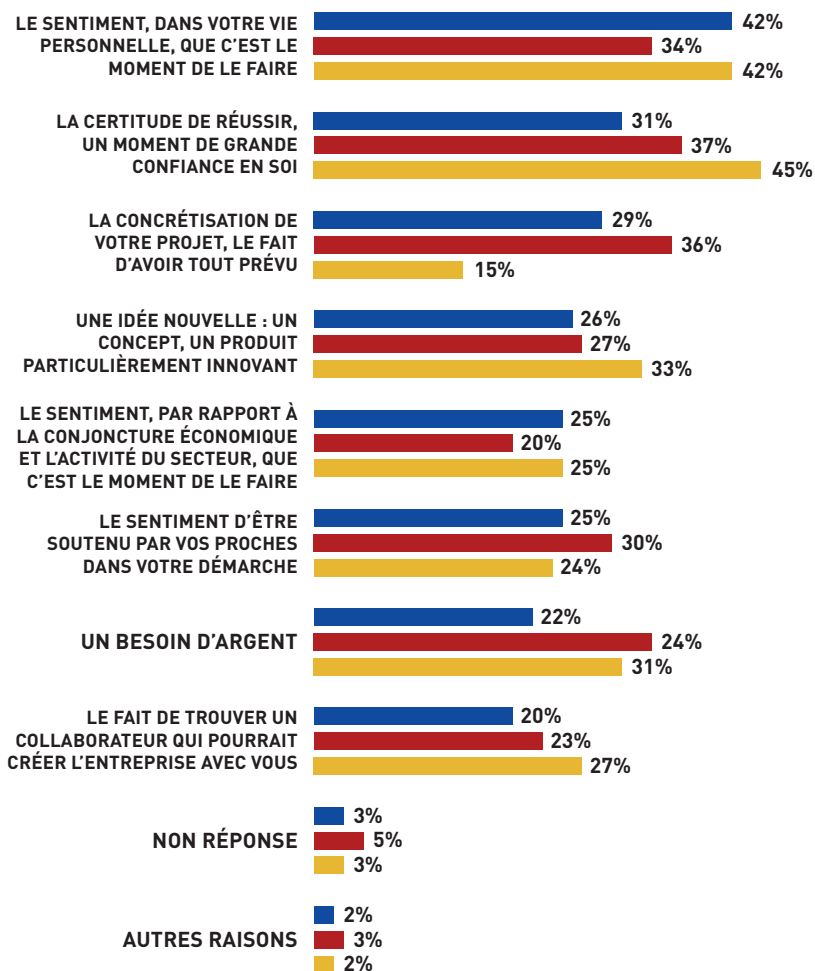
BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LA PRISE DE DÉCISION, LE DÉCLIC NÉCESSAIRE À LA CRÉATION D'ENTREPRISE

AU FINAL, QU'EST-CE QUI POUR VOUS PROVOQUERA LA DÉCISION FINALE DE CRÉER VOTRE ENTREPRISE ET LE LANCEMENT DE VOTRE PROJET ?

FRANCE **ROYAUME-UNI** **ALLEMAGNE**

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100 %



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE



L'INDICE ENVIE D'ENTREPRENDRE IDINVEST PARTNERS



L'indice est réalisé lors de chaque vague d'enquête afin d'en évaluer les évolutions au cours du temps.
L'indice est calculé de la manière suivante :

30%

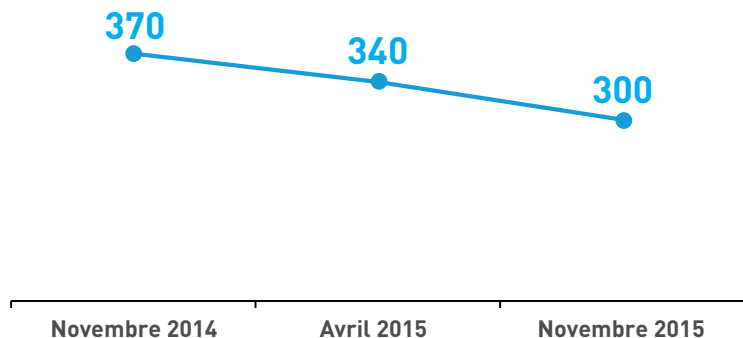
POURCENTAGE DE PERSONNES
AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE
AU SEIN DE LA POPULATION
FRANÇAISE



10%

POURCENTAGE DE PERSONNES
AYANT UN PROJET CONCRET
D'ENTREPRISE AU SEIN DE LA
POPULATION FRANÇAISE

ÉVOLUTIONS :



DE L'ENVIE AU PROJET D'ENTREPRENDRE : PARCOURS SYNTHÉTIQUE



30% ↘4%

PERSONNES AYANT
« ENVIE D'ENTREPRENDRE »

PARMIS LES PERSONNES AYANT « ENVIE D'ENTREPRENDRE » :

32% ↗4%

DES PERSONNES ONT UN
« PROJET D'ENTREPRISE »

58% ↘2%

DES PERSONNES N'ONT PAS DE
« PROJET D'ENTREPRISE »

32% ↗10%

DES PERSONNES ONT UNE IDÉE DE
PRODUIT OU D'ENTREPRISE QUI
PARAÎT PROMETTEUR

19% ↗3%

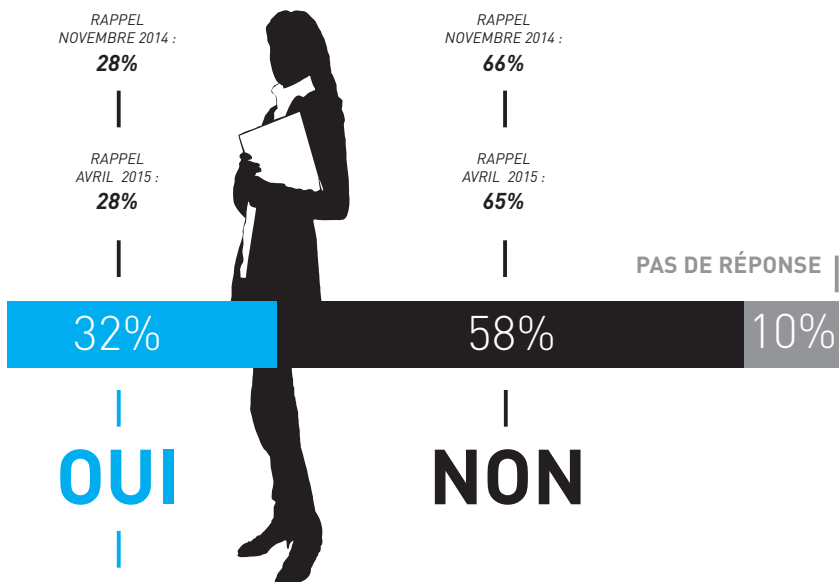
DES PERSONNES ONT ESSAYÉ DE
METTRE EN ŒUVRE UN PROJET
MAIS ONT ARRÊTÉ

31% ↗7%

DES PERSONNES PENSENT QUE LE
MARCHÉ VISÉ EST PORTEUR

LE PROJET D'ENTREPRISE

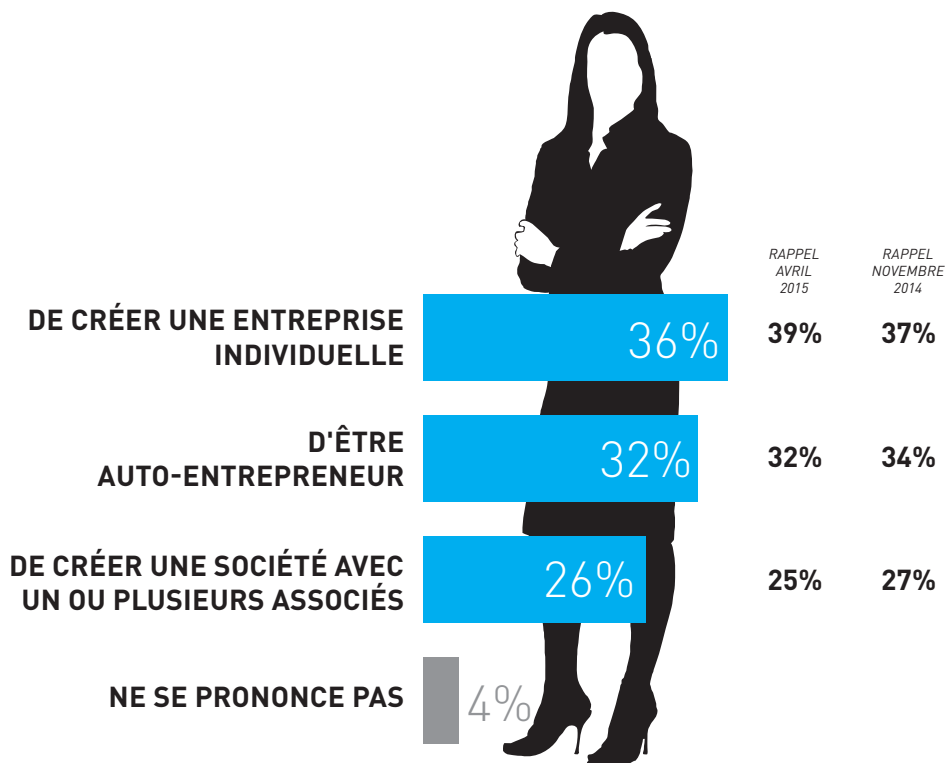
ACTUELLEMENT, AVEZ-VOUS UN PROJET CONCRET DE CRÉATION DE VOTRE PROPRE ENTREPRISE, QUE VOUS ENVISAGEZ DE RÉALISER AU PLUS TARD D'ICI UN AN ?



**CORRESPOND À 10 %
DE L'ÉCHANTILLON TOTAL**

LE TYPE D'ENTREPRISE ENVISAGÉE

CONCRÈTEMENT, AURIEZ-VOUS ENVIE...



BASE : PERSONNES AYANT ENVIE D'ENTREPRENDRE

LES « FACTEURS DÉCLENCHEURS » : LES RAISONS DU PROJET D'ENTREPRISE

QUELLES SONT TOUTES LES RAISONS QUI VOUS ONT CONDUIT À AVOIR CE PROJET CONCRET DE CRÉATION DE VOTRE PROPRE ENTREPRISE ?

TROIS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100 %

RAPPEL
AVRIL
2015

RAPPEL
NOVEMBRE
2014



BASE : PERSONNES AYANT UN PROJET CONCRET D'ENTREPRISE

L'ABSENCE DE PROJET D'ENTREPRISE

PARMI LES PERSONNES N'AYANT PAS DE PROJET CONCRET D'ENTREPRISE :

RAPPEL
NOVEMBRE 2014 :

71%

RAPPEL
AVRIL 2015 :

72%

**N'ONT PAS ESSAYÉ DE METTRE EN
OEUVRE UN PROJET D'ENTREPRISE.**

PAS DE RÉPONSE

65%

19%

12%

**ONT ESSAYÉ DE METTRE EN OEUVRE
UN PROJET D'ENTREPRISE MAIS ONT
ARRÊTÉ.**

RAPPEL
AVRIL 2015 :

16%

RAPPEL
NOVEMBRE 2014 :

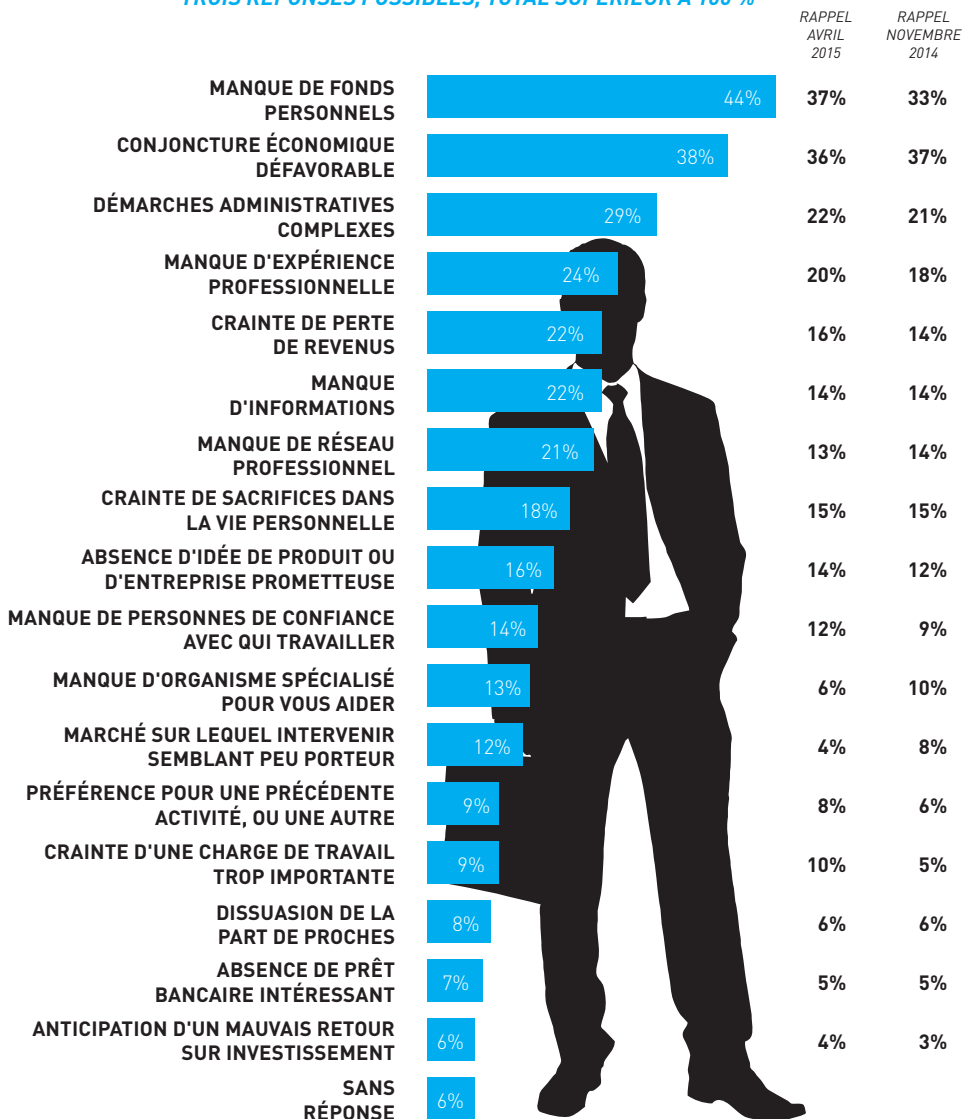
17%

BASE : PERSONNES N'AYANT PAS DE PROJET CONCRET D'ENTREPRISE

LES FACTEURS DISSUASIFS

QUELLES SONT TOUTES LES RAISONS QUI VOUS DISSUADENT DE RÉALISER CE PROJET CONCRET DE CRÉATION D'ENTREPRISE ?

TROIS RÉPONSES POSSIBLES, TOTAL SUPÉRIEUR À 100 %







DIDIER RAPPAPORT, CO-FONDATEUR ET CEO DE HAPPN

« CE QUI ME MOTIVE, C'EST LE MONDE DE DEMAIN, COMMENT LE MONDE DE DEMAIN VA S'ORGANISER. »

Créateur d'entreprise, Didier Rappaport l'a toujours été, ou presque. Licence d'économie en poche, et après une première expérience à la direction commerciale de l'entreprise familiale bordelaise, il se lance rapidement à la conquête de nouveaux marchés, avec une constante : découvrir très tôt, et parmi les premiers, les débouchés de l'économie de demain.

C'est cette envie d'ailleurs et de nouveautés qui le pousse, après un voyage en Asie au début des années 1980, à profiter du boom de l'industrie textile, qui ne tardera pas à devenir l'un des fers de lance de la croissance asiatique : *« C'est à ce moment-là que je décide de devenir trader de matières premières dans le textile, ce que je ferai jusqu'à mes 40 ans. »*

Puis dans le milieu des années 1990, il perçoit très tôt les nouvelles opportunités offertes par un Web naissant : *« Je découvre le Web, avec une espèce de fascination. Alors que j'étais dans le textile, je décide progressive-*

ment de tout quitter pour le monde digital. Qui ne s'appelle d'ailleurs même pas encore "monde digital" »

S'entourant avec soin de collaborateurs ayant une forte expertise métier dans les nouvelles technologies, il crée alors plusieurs entreprises dans les nouvelles technologies et les réseaux sociaux : co-fondateur de Dailymotion en 2005, il rejoint ensuite Nomao en 2008, un social network géolocalisé pour le transformer avec ses associés en moteur de recherche, puis crée Happn en mai 2013.

Pour ce « créateur d'entreprise » – fonction qu'il tient à différencier des « managers industriels », prenant la tête d'une entreprise déjà existante et installée – la clef du développement d'une activité naissante tient à son caractère innovant, prospectif et visionnaire : *« Ce qui me motive, c'est le monde de demain, comment le monde de demain va s'organiser. Je suis très prospectif.*

Les outils numériques sont une aide assez fantastique dans le monde du travail, dans l'organisation des entreprises et dans la vie de tous les jours. Et Happn c'est un outil incroyable pour mettre en relation les gens entre eux. »

Mais la clef de la réussite ne réside pas uniquement dans le fait d'avoir une idée, si bonne soit elle : « *Avoir une idée, beaucoup en ont. La partie la plus difficile c'est le "faire"* ». Ce qui nécessite de s'entourer d'une équipe performante et polyvalente, mais aussi beaucoup de travail pour saisir les enjeux, les besoins et les opportunités de demain : « *Vous savez, le flair, c'est surtout beaucoup de travail. On réfléchit, on fait des benchmarks. [...] La difficulté, c'est qu'il faut des compétences business, technologiques, il y a toute sorte de compétences qui concourent à la réussite d'un projet. Après le ciment d'une entreprise, c'est quelqu'un qui a une expérience, et j'appelle par expérience la somme des erreurs que vous avez faites et que vous ne répétez pas.* »

Ses motivations ? L'envie surtout de participer à des projets innovants, « disruptifs » même : « *J'aime ce qui est nouveau, apporter ce qui n'existe pas. C'est ce qui fait que je ne me suis jamais ennuyé dans ma vie.* » Mais c'est aussi un goût affirmé pour l'indépendance et le leadership : « *Fondamentalement, j'étais un leader et je ne voulais pas avoir quelqu'un au-dessus de moi.* »

S'il devait conseiller les plus jeunes entrepreneurs, ceux qui ne se sont pas encore lancés, il leur dirait avant tout d'avoir, mais aussi de s'entourer, des meilleurs compétences. Et de ne pas douter des opportunités offertes par l'économie de demain, en dépit des crises et des doutes : « *Il y a des générations différentes, il y a des conditions socioculturelles, économiques, différentes. Mais chaque génération a ses difficultés et ses opportunités. La vie est de toute façon pour toutes les générations un combat. [...] Si on crée une entreprise aujourd'hui, c'est parce qu'on a une vision, une idée de produit qui nous fascine et que l'on veut voir comment les gens vont l'utiliser.* »

TÉMOIGNAGE



DAMIEN MORIN, FONDATEUR ET CEO DE SAVE

« JE ME SUIS RETROUVÉ EN 2013 AVEC UNE BOUTIQUE QUI TOURNAIT BIEN, UNE DIZAINE DE SALARIÉS ET 20 HEURES DE COURS PAR SEMAINE »

Lorsqu'on lui demande ses expériences passées, il l'avoue en blaguant : « Vous savez à 24 ans, je n'ai pas une très longue expérience professionnelle. » L'échange est rieur, la réalité toute autre, pourtant. Car s'il est diplômé de son école de commerce, l'EBS (European Business School), depuis moins d'un an, Damien Morin a déjà une forte expérience entrepreneuriale derrière lui, et une vision solide pour l'avenir de son groupe, fort de 400 collaborateurs et d'une levée de fonds récente de 15 millions d'euros.

Pourtant, en regardant derrière lui, Damien a surtout le sentiment de continuer à faire ce qu'il a toujours fait, en plus grand, en plus ambitieux : « *J'ai toujours été très geek : un père informaticien, un premier ordinateur à 3 ans... J'ai vite commencé à programmer, et puis les amis, les proches m'ont demandé parfois de réparer leur ordi-*

nateur, de résoudre un problème. Du coup quand mes amis faisaient du baby-sitting je mettais des petites annonces pour réparer des PC. »

Président du BDE de son école en 2e année, il découvre alors une vraie expérience entrepreneuriale qui lui donnera le goût de continuer dans cette voie : « C'était vraiment une petite entreprise à gérer avec un budget conséquent, des projets à lancer, du branding, du marketing... Quand j'ai rendu l'association, deux semaines après je créais "Save my computer". Je faisais exactement ce que je faisais avant, mais de manière beaucoup plus professionnelle, avec des techniciens qui pouvaient me relayer. »

En février 2013, profitant du boom des smartphones, toujours à l'école, il transforme alors son activité vers un marché qui lui semble alors encore plus porteur : « Le marché du smart-

phone était en train d'exploser, et c'est toujours le cas, avec en plus les tablettes, les montres... On ne se rend pas compte mais demain ce sera des milliards d'objets connectés qu'on aura au quotidien. On est encore qu'à 2 % du potentiel. » Et effectivement, son ascension est déjà fulgurante : d'abord en BtoB (Altran, PSA, Total...) puis exclusivement en BtoC, par la création de points de vente ou « corners » dans les centres commerciaux, Save possède aujourd'hui plus d'une centaine de points de vente en Europe, et connaît une croissance de plus de 20 % par mois.

Lorsqu'on lui parle de ses motivations, il n'est pas gêné à parler d'argent, même s'il reconnaît dans le même temps que « ce n'est pas une bonne raison d'entreprendre, notamment pour des start-ups. C'est une activité risquée qui marche rarement. » Sa fibre entrepreneuriale vient plutôt d'une « volonté de créer » : « *Ma plus grande fierté, c'est d'arriver dans un mall et de voir un corner que j'ai créé. [...] Ne pas avoir de patron au-des-*

sus de moi ce n'est pas ce qui me motive le plus, j'aurai pu rejoindre Save en tant que salarié car j'aurai vu un projet innovant, stimulant. »

Alors, Damien Morin, nouveau Mark Zuckerberg à la française ? La comparaison n'est peut être pas adaptée, pour un jeune dirigeant d'entreprise d'abord implanté dans l'« économie réelle » : « *Nous on n'est pas Facebook avec un million d'utilisateurs en plus chaque semaine avec quelques clics, nous la croissance elle est dans le dur : on ouvre des points de vente, on signe des bails, on forme des salariés, on a des questions de logistique, des achats... »* Mais l'ambition, elle, vaut celle des jeunes premiers de la Silicon Valley : « *On est en train de créer un Empire »* dit-il sans ciller quand on lui demande ses ambitions. *On a envie d'y croire. Et de lui donner rendez-vous dans quelques années.*



PAULINE GOUZENNE, CO-FONDATRICE « LES FILLES SUR LE PONT »

« CRÉER, TROUVER SA PLACE ET SAVOIR CE QUE L'ON VEUT FAIRE PAR UNE AVENTURE ENTREPRENEURIALE VAUT TOUS LES STAGES OU TOUTES LES EXPÉRIENCES »

Après avoir codirigé depuis le début des années 2 000 de nombreuses structures dans la culture, que ce soit dans la production cinématographique (SMG), la presse magazine (Zurban) ou l'évènementiel (Spectaculaire), Pauline Gouzenne a cofondé Les filles sur le pont en 2013 avec Claire Ruszniewski. L'entreprise, au statut de SARL, organise en partenariat avec des acteurs publics et privés, des actions et événements culturels, et participe à la communication des entreprises et institutions sur leurs projets culturels : « On a créé "Culture au quai", un salon festival qui présente à 100 000 visiteurs chaque année fin septembre toute l'offre de sortie francilienne : théâtre, musées, expos, musique, concerts. Donc ça c'est un événement grand public. On fait aussi de la programmation de lieux culturels, notamment la Recyclerie, un lieu écoresponsable qui a ouvert Porte de Clignancourt en juin dernier. C'est vrai-

ment travailler sur la transformation de l'individu en citoyen responsable, et curieux... en l'amenant vers la culture, en l'amenant vers l'écologie. »

Pour Pauline Gouzenne, créer son entreprise c'était d'abord « créer son emploi », c'est-à-dire s'orienter dans un projet professionnel qu'elle avait elle-même choisi, dans la continuité de ses précédentes expériences : « La structure dans laquelle j'étais a déposé le bilan et c'est dans l'optique d'assurer une continuité de l'activité que j'ai été incitée à monter avec une salariée de l'ex-entreprise cette structure. Donc c'est vraiment pour assurer la continuité d'une activité, mais aussi pour créer son propre emploi sans personne au-dessus. [...] C'est finalement créer un projet en soi : plutôt que d'aller voir une structure qui a déjà un projet, créer un projet avec la structure qui le porte. »

Mais ses motivations sont aussi dans la liberté qu'offre le statut de dirigeant d'entreprise, tant en termes d'organisation du travail qu'en termes de définition de ses missions : « *Être dirigeant, finalement, pour pouvoir faire de son travail ce que l'on veut, et pour avoir une fonction, un métier et un cercle de travail qui correspond à ce qu'on veut.* »

Si tout se passe bien, elle souhaiterait à terme s'agrandir en embauchant un salarié stable pour aider les deux fondatrices, et leur permettre de développer davantage les activités de l'entreprise : « *La prochaine étape c'est l'embauche, l'embauche, l'embauche. Passer le cap des deux fondateurs, et arriver, après avoir assuré nos propres rémunérations, développer l'activité avec une personne à côté des dirigeants pour assurer une partie de leur tâche et leur permettre de faire davantage de développement.* »

Envers les nouveaux entrepreneurs, elle conseillerait surtout de se lancer sans trop attendre : « *Tenter l'aventure très tôt. Même si ça doit se solder par un échec. Moi j'ai connu trois dépôts de bilan. Mais il faut comprendre que chaque "échec" entre guillemets est un enrichissement. Ce n'est pas un échec de déposer un bilan. C'est une aventure qui a été tentée. Et que de créer, de trouver sa place et de savoir ce que l'on veut faire par une aventure entrepreneuriale vaut tous les stages ou toutes les expériences qu'on peut avoir dans une entreprise préexistante.* »



NICOLAS BISCHOFF, CONSEILLER FINANCIER EN COURS DE CRÉATION D'ENTREPRISE

« CRÉER UNE ENTREPRISE, C'EST COMME PARTIR EN VOYAGE EN BUS, ET DÉCIDER QUE C'EST VOUS QUI ALLEZ CONDUIRE LE BUS. »

Le parcours de Nicolas Bischoff est à certains égards atypique, même s'il ressemble à celui de beaucoup d'entrepreneurs : une forte compétence dans un domaine, les mathématiques, puis une spécialisation et une découverte du business en tant que cadre financier, lui donnant aujourd'hui l'environnement d'un nouveau départ : « *J'ai enseigné les maths pendant 12 ou 13 ans, et je suis retourné à l'Université pour préparer un autre diplôme, un diplôme qui me donnait la possibilité de me spécialiser dans les probabilités. Après avoir quitté l'Université, j'ai décidé d'utiliser mes nouvelles compétences et de travailler dans la finance au lieu de continuer l'enseignement, c'est pourquoi je suis allé à Londres. C'était en 2005. J'ai donc travaillé dans différents secteurs de la finance pendant 10 ans : les banques et les fonds spéculatifs. Après avoir passé sept mois en Australie, j'ai décidé de changer d'orientation, parce que j'avais plus ou moins fait le tour*

de ce que j'avais à apprendre dans le secteur financier. Je souhaitais me lancer dans un projet où je serais à mon compte. J'ai donc assidûment réfléchi à ce que je pourrais faire. Aujourd'hui, c'est une nouvelle étape dans mon parcours professionnel. »

Son activité, Nicolas Bischoff ne l'a pas encore lancée, même s'il la prépare assidûment tout en étant parallèlement conseiller financier à son compte : « *C'est une société que je suis sur le point de créer et qui n'a pas encore de nom. Cette société sera située en France, elle aura pour objectif de proposer une gamme complète de services pour recycler des vieux véhicules entre 10 et 25 ans d'âge qui fonctionnent au carburant ou au diesel en véhicules électriques. C'est un vaste projet. »*

Son ambition ? Innover dans un secteur porteur, l'économie verte, mais aussi apporter des idées nouvelles, changer les modes de consommation et le rapport au développement durable : « *Mes motivations sont l'indépendance, et surtout faire quelque chose auquel je crois. L'idée de départ, c'est d'utiliser ce dont on dispose au lieu de produire des nouvelles choses, parce que l'objectif, c'est d'être dans la durabilité, et la durabilité ne peut pas être envisagée si parallèlement, on pollue et si on ne respecte pas l'environnement. Il s'agit bien de cela, d'aborder le concept de développement durable de manière concrète. [...] Je pense que si ce projet suscite suffisamment d'intérêt en France et plus tard en Europe, nous pourrions dire que nous aurons ébranlé l'avenir de la mobilité pour de bon.* »

Cet engagement pour l'environnement est donc au cœur de son modèle économique, mais c'est aussi une exigence envers les gens avec qui il souhaite travailler : « *Les gens qui accepteront de s'engager dans cette aventure audacieuse s'ouvriront à une autre façon de faire et auront un regard différent sur les choses. Ils seront disposés à s'ouvrir au concept de développement durable.* »

Pour arriver à son but, Nicolas avance par étape, car il se veut ambitieux : le réseau et les aspects financiers, d'abord, sans oublier les aspects pratiques essentiels à ses yeux : « *J'essaie de me faire un réseau. Je passe beaucoup de temps à en parler aux gens autour de moi, parce que ce sera un projet énorme pour lequel j'aurai besoin de beaucoup de personnes. Donc en ce moment, je travaille sur le sponsoring, et sur l'aspect financier. [...] Mais la rentabilité ne sera pas l'enjeu majeur. Ce qui sera important, ce sera le risque opérationnel. C'est l'enjeu qui sera de loin le plus important, parce qu'en fait, il s'agit juste de technique.* »

secret
Escapes



ALEX SAINT, CO-FONDATEUR ET CEO DE SECRET ESCAPES

« LE VRAI CATALYSEUR C'EST D'AVOIR RENCONTRÉ DEUX PARTENAIRES AVEC QUI ON SE COMPLÈTE PARFAITEMENT »

Fondé en 2010 par Alex Saint, Tom Valentine et Troy Collins, Secret Escapes est une agence de voyage britannique exclusive pour ses membres, implantée déjà dans plus d'une dizaine de pays, et spécialisée dans les offres de voyage de luxe à prix cassé.

La plateforme reçoit aujourd'hui plusieurs millions d'investissements et attire déjà l'intérêt de géants du Web comme Google, qui a investi cette année 60 millions de dollars dans la firme.

Lorsqu'on lui demande quels ont été les facteurs qui l'ont poussé vers l'entrepreneuriat, Alex Saint répond que c'est un désir qui lui est venu du plus profond, comme s'il existait un certain 'ADN d'entrepreneur'. « Même quand

j'étais petit je savais que j'allais faire quelque chose de différent par moi-même. Je n'ai jamais rêvé d'être pilote d'avion, ou un autre métier spécifique. Je l'ai toujours senti, et puis j'ai aussi vu travailler mon père, qui exerçait une profession libérale »

Partant sur cette base Alex Saint développe, presque naturellement, une vision sur la liberté et l'autonomie que permet seul l'entrepreneuriat : « J'ai une certaine frustration de travailler pour d'autres personnes, la vitesse à laquelle avancent les choses... les entrepreneurs ont une certaine énergie, ils sont beaucoup plus directs, ils n'y vont pas par mille chemins, et il y aussi un côté très compétitif puisqu'ils sont maîtres et responsables de leur propre destin. »

Pour lui, l'élément déclencheur de la création d'entreprise ne se limite pas à avoir une bonne idée. Mais surtout à bâtir une stratégie commerciale et à avoir une équipe solide : « Certains entrepreneurs veulent résoudre un grand problème, mais cela n'a pas été exactement notre cas. Nous avions la sensation que nous pouvions créer quelque chose de très prometteur, et puis ensuite nous avons bâti un business plan très détaillé, en calculant toutes les variables afin de nous convaincre nous-mêmes que ça allait marcher. [...] Le vrai catalyseur ? Ça a été de trouver deux partenaires vraiment excellents, avec qui j'ai eu l'opportunité de travailler, un spécialisé dans les ventes, et l'autre dans la technologie. Donc la complémentarité parfaite. Pour moi cela est aussi important que trouver une bonne idée. »

Pourtant, si l'équipe représente un facteur déterminant, le co-fondateur de Secret Escapes considère aussi que c'est le fait d'apporter une vraie solution à ses clients et ses fournisseurs

qui a été la clé de son succès : « Pour moi la réussite de Secret Escapes c'est de faire quelque chose de vraiment intéressant pour nos deux publics. D'une part, les consommateurs, qui font des économies jusqu'à 70% dans les hôtels de luxe. D'une autre, les hôtels eux-mêmes, qui ont vu que finalement, notre site leur rapportait plus de clients. »

Enfin, Alex Saint voit la réussite comme un cercle vertueux, où le professionnalisme imprègne toutes les étapes du chemin, de l'idée jusqu'à l'exécution : « Nous restons dans une démarche extrêmement analytique. On mesure tout, on optimise, on teste... cette capacité digitale et numérique de mesurer toutes nos activités est un élément critique pour Secret Escapes. Nous essayons plein de nouveautés et d'améliorations, donc parfois on se plante, mais comme on dit : si on fait tout bien, c'est que l'on n'expérimente pas assez. »

TÉMOIGNAGE

IYA*, FONDATRICE D'UNE BOUTIQUE EN LIGNE DE MATÉRIEL DE PLONGÉE

« BIEN SÛR, L'IDÉE ÉTAIT DE GAGNER DE L'ARGENT »

Iya n'était pas prédestinée à faire du commerce, bien au contraire. Psychologue de formation et de métier, travaillant d'abord pour une compagnie aérienne en Australie, elle est venue à la vente de matériel de plongée en ligne d'abord par passion pour ce sport : « Les études que j'ai faites n'ont rien à voir avec le commerce. Je suis psychologue à la base, et dès que j'ai eu la possibilité de faire des études à l'étranger, je suis allée en Australie. Là bas, parallèlement à mes études, je travaillais pour Air Emirates et ça me plaisait, mais en dehors de ça, je pratiquais une activité que j'adorais, la plongée. C'était un vrai hobby. »

Un tournant dans sa vie s'est réalisé lorsqu'elle a dû quitter l'Australie pour l'Angleterre afin de continuer sa thèse. Là-bas, elle rentre en contact avec de nombreux passionnés de plongée, qui lui font part de la difficulté pour eux de trouver du matériel très spécifique et de qualité : « J'ai pris conscience que pour beaucoup de plongeurs qui sont en Angleterre, il est difficile de trouver certains petits accessoires, qui sont par contre faciles à trouver en Australie. Et donc, j'ai aidé un ami qui faisait de la plongée à trouver le matériel dont il avait besoin,

parce que je connaissais des gens en Australie qui le vendaient. Je l'ai donc aidé une fois, puis deux, puis trois, et puis au bout d'un moment, un de mes amis m'a carrément conseillé d'en faire un business et de créer mon entreprise. C'est comme ça que j'ai commencé ! »

Lancée en même temps qu'elle écrivait sa thèse, la boutique en ligne d'Iya s'est développée d'abord de manière artisanale, ce qui ne lui a pas porté tant préjudice car elle disposait d'un bon réseau de personnes passionnées de plongée et intéressés par ses produits : « Je n'avais pas de business plan, pas de projet bien défini. Pour moi, c'était quelque chose de simple à faire, parce que je savais où trouver ces accessoires de plongée, et je connaissais des gens intéressés. » Sa motivation ? Financer ses études et sa thèse, d'abord, mais aussi garder un lien avec sa passion pour la plongée : « Bien sûr, l'idée était de gagner de l'argent. Je venais juste d'emménager en Angleterre, et j'étais habituée à un certain niveau de vie. Quand je travaillais pour Air Emirates en Australie, je gagnais bien ma vie, et pour moi, c'était un défi plutôt plaisant que de monter ce projet. C'était aussi la

possibilité de garder un lien avec l'Australie, avec la plongée et avec des gens que je connaissais. Tout en gagnant de l'argent. »

Aujourd'hui, elle a un bon poste à l'Université, et a mis de côté son activité commerciale, même si elle n'a pas fait une croix dessus : « *Après avoir obtenu ma thèse, j'ai décroché une place vraiment intéressante, et ça me prend beaucoup de temps. Mais mon site internet existe toujours. C'est un petit site, ça fait longtemps que je ne l'ai pas modifié par manque de temps, mais j'ai encore des clients. Peut-être qu'un jour, un amateur de plongée voudra racheter mon affaire. Si ça ne se produit pas, je vais juste laisser mon activité de côté à terme, parce qu'actuellement, j'ai beaucoup de travail, beaucoup plus qu'il y a quelques années.* »

Pour Iya, cette aventure entrepreneuriale est à la fois une expérience forte et une opportunité pour l'avenir, si elle souhaitait changer de profession et se lancer dans un nouveau projet : « *Cette expérience m'a amenée à me rendre à l'évidence que le fait de faire du commerce n'a rien d'horrible et de terrifiant, comme je le pensais au début. En Australie, j'étais concentrée sur mes études, et les affaires et la psychologie n'ont rien en commun. Mon activité de psychologue pour Air Emirates n'avait rien à voir avec une activité commerciale. Cette expérience m'a montré que finalement se mettre à son compte et se lancer dans une activité commerciale pourrait être une issue possible si un jour, je souhaite changer ou si je me retrouve au chômage.* »

() La personne interrogée ayant souhaité garder l'anonymat, son nom n'est pas publié à sa demande.*

TÉMOIGNAGE

LUDMILA STANGL, POWER ENGINEERING TECHNOLOGIES

« J'AIMERAIS DIRE AUX PERSONNES QUI ONT DES PROJETS, DE SE LANCER TOUT DE SUITE, PARCE QUE PARFOIS ON A TENDANCE À SE LI-MITER SOI-MÊME »

Ludmila, avant de créer sa propre entreprise, a d'abord su créer sa propre activité en tant que cadre, en poussant sa hiérarchie à lui laisser plus d'autonomie et davantage de responsabilités sur ses missions. Une volonté qu'elle juge indispensable, et qui à ses yeux différencie les personnes les plus motivées des autres, celles qui auront le plus de perspectives d'évolution : « *A la sortie de mes études d'ingénieur, j'ai postulé pour une société dans le domaine technique à Eshborn. C'est une organisation qui travaille un peu partout dans le monde. Au sein de leur structure, j'ai fait beaucoup de formations, j'ai eu beaucoup d'échanges sur mes expériences et mes connaissances avec mes collègues. Ensuite, j'ai pris conscience que j'étais en mesure de proposer davantage à cette entreprise. J'ai demandé à m'entretenir avec le patron, et je lui ai fait comprendre que j'aimerais également travailler sur le développement de mes propres projets. Il m'a fait confiance, et c'est à partir de là qu'il m'a donné mes premières mis-*

sions. Si vous posez des questions, et que vous avez des idées intéressantes, alors vous pouvez espérer évoluer, mais si vous ne demandez rien, alors vous restez là où vous êtes et vous n'évoluez pas. »

Ce goût des responsabilités et ces ambitions l'amène ensuite rapidement, quelques années après ses études, à créer sa propre activité : « *J'ai commencé à travailler à mon compte comme consultante. J'étais seule, je n'avais pas d'associé. En tant qu'ingénieur, j'ai vu qu'il y avait beaucoup de possibilités très intéressantes en Europe. Et j'ai donc eu l'idée de me lancer dans le développement technologique en Russie. Mes idées étaient plutôt séduisantes, parce qu'en Russie il y a 20 ans, le domaine de la recherche et le développement d'idées était très réduit. Il y avait un réel manque dans le domaine de l'aérodynamique. »*

Comme beaucoup de créateurs d'entreprises, elle souligne le rôle essen-

tiel du réseau et des personnes de confiance sur lesquelles s'appuyer au lancement d'une activité, qu'ils soient associés, collaborateurs ou clients : « *J'ai été amenée à rencontrer des gens très ouverts auxquels j'ai expliqué mes projets, et ils étaient partants pour me soutenir et collaborer. Dans la vie, c'est important que quelqu'un croie en vous, que ce soit sur le plan professionnel ou privé. Si on n'a pas confiance, les projets ne peuvent pas aboutir. Être totalement indépendant, c'est impossible, parce que d'une manière ou d'une autre, on est toujours dépendant de quelque chose ou de quelqu'un.* »

Pour Ludmila, entreprendre nécessite aussi, et d'abord, une grande confiance en soi et en son projet, tout en s'organisant méthodiquement pour qu'il aboutisse : « *L'important c'est votre projet, vos idées. Si vous vous lancez à fond dans votre projet, les choses se mettent en place facilement, il n'y a pas de raison que cela ne marche pas. Il y a simplement des étapes à suivre. J'aimerais également rajouter que si l'on se lance sur la voie de l'entrepreneuriat, on ne peut pas penser aux difficultés, sinon c'est de l'autodestruction. Si vous avez un projet en tête, donnez-vous les moyens de le faire aboutir, et mettez-y toutes vos forces et votre énergie.* »

Enfin, si elle souligne la plus grande difficulté des femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat compte tenu des contraintes familiales, elle souligne aussi leur rôle essentiel dans la réussite de structures moins ambitieuses mais tout aussi importantes, voire davantage, pour l'économie et l'emploi : « *J'ai remarqué que les femmes agissent autrement que les hommes : elles peuvent commencer avec une activité très réduite, où les choses avancent petit à petit et finissent par prendre de l'ampleur, alors que les hommes commencent par emprunter 15 000 euros à la banque. Ils s'imaginent que sans cet argent ils ne peuvent rien faire. J'ai lu aussi un article qui disait que 60 % des emplois sont créés par des femmes. Les femmes créent des emplois dans le domaine des services, dans le domaine du social tandis que les grandes entreprises ne génèrent pas beaucoup d'emplois, même si elles font beaucoup de profit. Personne ne serait au chômage si les grandes entreprises créaient autant d'emplois que les petites structures dirigées par des femmes. Et ce qui peut motiver la mise en place de sa propre activité, c'est la création d'un emploi pour soi et pour une autre personne, et en cela c'est déjà beaucoup. C'est important de prendre sa vie en main. N'attendons pas que quelqu'un le fasse à notre place.* »

TÉMOIGNAGE

PETER*, PROPRIÉTAIRE D'UN RESTAURANT GASTRONOMIQUE

« LA DIFFÉRENCE ENTRE UN ENTREPRENEUR ET UN SIMPLE SALARIÉ, C'EST SURTOUT QUE QUAND LES PROBLÈMES SURVIENNENT, C'EST À VOUS DE LES GÉRER. »

Il y a des secteurs où l'envie de créer son propre projet et sa propre structure est plus naturelle qu'ailleurs. Une vocation, souvent. Pour Peter, cela l'a toujours été, à partir du moment où il s'est lancé dans une formation d'hôtellerie et restauration, après plusieurs expériences professionnelles dans les services administratifs, qui lui ont laissé le sentiment de perdre son temps, de ne pas créer quelque chose de « concret » : « *J'avais envie de faire quelque chose de mes mains, d'être reconnu dans mon travail pour ce que je fais, à ma manière. Pas de passer mon temps derrière un ordinateur pour un travail que tout le monde pouvait faire.* »

Sa formation en poche, il multiplie les expériences pour murir son projet et gagner en compétence : « *J'ai travaillé en tant que commis de cuisine, puis en tant que gérant d'hôtel et de restaurant, puis responsable de restaurant. À chaque fois, c'était clair dans ma tête que c'était quelque chose de temporaire. Mon objectif c'était à la fin de*

créer mon restaurant, avec l'expérience suffisante pour proposer quelque chose de qualité, et sans faire trop d'erreurs au départ. »

Son projet de restaurant, il le lance finalement, en 2007. Ce sera un restaurant plutôt gastronomique, mais sur des bases traditionnelles, à destination du grand public : « *Mon restaurant est plutôt conventionnel, je n'ai pas la prétention de réinventer la cuisine. Mon goût va plutôt vers la réalisation de plats traditionnels mais très bien réalisés. J'aime faire redécouvrir aux gens les plats de leur enfance, de leur région, pas toujours bien faits dans les autres établissements.* »

Au bout d'un an, il commence à embaucher, un puis deux employés, d'abord en salle, puis en cuisine, mais ce n'est pas un but en soi : « *Je ne compte pas m'agrandir démesurément. Les clients apprécient d'abord le côté simple et intimiste de l'établissement, où on se sent comme chez soi.* »

Les risques ? « *Ils sont toujours là. À partir du moment où vous créez votre projet vous acceptez ces risques.* » Mais Peter était plutôt confiant, il connaissait son métier, les attentes des gens.

Plus que la crainte du lendemain, ce qui lui change aujourd'hui par rapport à ses précédentes expériences dans le métier, c'est d'être le dernier recours en cas de difficultés : « *La différence entre une entrepreneur et un simple salarié, c'est surtout que quand les problèmes surviennent, c'est à vous de les gérer. Il n'y aura personne pour vous dire "c'est mieux de faire comme ça", ou "fais comme ça". Alors on se débrouille comme on peut au début, et puis quand l'affaire tourne ce n'est plus que des soucis du quotidien, on sait les gérer et faire face.* »

() La personne interrogée ayant souhaité garder l'anonymat, son nom n'est pas publié à sa demande.*

TÉMOIGNAGE



**HELENA GUSTIN, AUTO-ENTREPRENEUR DANS LA TRADUCTION,
LE SOUS-TITRAGE ET LA RÉDACTION DE SITES WEB**

« IL FAUT ALLER DE L'AVANT CONSTAMMENT »

Si elle reconnaît aujourd'hui avoir toujours eu en tête l'idée de monter sa propre activité, le début de carrière d'Helena Gustin ne la destinait pas nécessairement à l'entrepreneuriat : « *Après avoir eu mon diplôme de linguistique, de traduction et d'interprétariat, j'ai postulé dans une entreprise située au Luxembourg pour un poste de chargée de communication au service des ressources humaines. J'étais assistante d'un DRH et je faisais la rédaction de ses rapports en allemand. J'ai travaillé à ce poste de chargée de communication pendant un an, puis j'ai été amenée à faire des formations en interne pour me spécialiser dans les ressources humaines, et de fil en aiguille, pendant les 3 ans qui ont suivi, j'ai évolué vers un poste entièrement dédié RH. C'est la seule expérience véritablement que j'ai eue en tant que salariée.* »

Après avoir eu son troisième enfant, dans un pays où le manque de moyens de garde est souvent pointé du doigt, elle cherche une activité plus flexible,

lui permettant de s'organiser comme elle veut, et avec moins de transport. C'est alors presque naturellement qu'elle décide de se mettre à son compte : « *Je garde un très bon souvenir de ces 4 années passées à travailler au service RH dans cette entreprise au Luxembourg, j'étais très appréciée au sein de l'entreprise, j'adorais le travail en équipe, ils m'accordaient une grande confiance, et à vrai dire, ils se sont sentis un peu désemparés le jour où je leur ai annoncé que j'allais démissionner. En fait, je n'ai pas démissionné parce que le travail ne me plaisait plus, mais parce que j'avais énormément de trajet tous les jours, et avec un troisième enfant, ce n'était plus envisageable. C'est ce qui m'a décidée ensuite à créer ma propre entreprise.* »

Au départ, le lancement de son activité est relativement simple : peu de démarches administratives, un marché porteur, des clients immédiats : « *En Allemagne, c'est très facile de se mettre à son compte, en 5 minutes, c'est fait. J'ai eu énormément de chance en fait.* »

Le jour même où j'ai donné ma démission, je suis allée sur internet et j'ai atterri sur un portail de traduction franco-allemand, j'ai postulé pour un travail et je l'ai obtenu immédiatement. En fait, le jour où je démissionnais de mon entreprise, j'avais déjà deux clients en poche pour mon activité. »

Cette réussite, mais aussi le goût pour la nouveauté, la pousse à se tourner vers de nouvelles activités (rédaction de contenus Web, sous-titrage...), mais aussi de nouveaux clients, notamment à l'international : « Au fil du temps, j'ai diversifié mon activité. J'ai été amenée à faire de la rédaction de contenu pour des sites internet : par exemple, une société qui fait du e-commerce a besoin de présenter chaque produit. En fait, c'est quelque chose de bien spécifique, il faut utiliser des mots-clés qui vont ensuite servir au référencement sur Google. Et puis il y a quelques mois, j'ai eu un projet de sous-titrage pour Arte. Maintenant,

mes activités sont assez diverses, j'ai une certaine polyvalence. En plus, dans mon portefeuille, j'ai autant des clients à Dubaï que des clients qui se trouvent dans ma ville. »

Le métier d'entrepreneur, pour Helena Gustin, c'est une flexibilité appréciable et la possibilité de faire les choses qu'elle aime, mais c'est aussi des contraintes au quotidien, et la nécessité d'aller toujours de l'avant : « Ça implique d'avoir beaucoup de courage et de persévérance, on ne peut pas s'asseoir et rêvasser tranquillement, il faut aller de l'avant, constamment. Je me sens très bien dans cette activité, j'ai d'autres projets pour la suite, j'aime les challenges, les défis, je déteste la routine, ça fait partie de ma personnalité, j'ai toujours été comme ça. Heureusement que je ne fais pas que de la traduction, sinon je m'ennuierais, ça me plaît de diversifier mes activités. »



117, AVENUE DES CHAMPS ELYSÉES - 75008 PARIS
+33 (0) 1 58 18 56 56 WWW.IDINVEST.COM
RCS PARIS: 414 735 175