

Création d'entreprise

INTERVIEW

“Les chiffres de l'auto-entrepreneuriat doivent être interprétés avec la plus grande prudence”

Pour Jérôme Gayet (*), accompagnateur d'entrepreneurs, le nœud de la guerre reste avant tout pour les pouvoirs publics le développement de la petite entreprise.



“Au stade critique de l'envol, le chef d'entreprise est confronté à des enjeux colossaux pour lesquels il est rarement formé ou accompagné : affiner le modèle de croissance, prioriser les projets de développement, améliorer l'exécution, recruter les salariés adéquats”.

Selon vous, qu'est-ce qui caractérise l'entrepreneur ?

L'entrepreneur est une personne qui va réussir à transformer une idée en projet d'entreprise, à la mettre en œuvre et à en faire une activité rentable sur le long terme. Il existe deux grandes catégories d'entrepreneurs. D'une part, les intra-preneurs qui, au sein de structures, font du lancement de

puisqu'il représente, à lui seul, 320 000 créations d'entreprise. Et, depuis quelques jours, Hervé Novelli, secrétaire d'Etat chargé des PME, ne cache plus sa satisfaction en annonçant, avec fierté, que les auto-entrepreneurs pèseraient déjà un milliard d'euros de chiffre d'affaires ! Les pouvoirs publics auraient finalement réussi à insuffler un esprit entrepreneurial à notre “vieille économie” en-

“Les intra-preneurs qui, au sein de structures, font du lancement de projets, ouvrent des filiales ou une franchise. D'autre part, les micro/auto-entrepreneurs qui s'initient au monde de l'entrepreneuriat”

projets, ouvrent des filiales ou une franchise. D'autre part, les micro/auto-entrepreneurs qui s'initient au monde de l'entrepreneuriat. Ces derniers sont à la fois opérateurs et stratèges, c'est donc un mélange d'intuition et de rationalité. Il faut une envie fantastique de réussir et une capacité à se relever, à analyser ses erreurs et à rebondir... car c'est une course de fond !

Quelle place aujourd'hui en France pour l'entrepreneuriat ?

Que de chemin parcouru par les mentalités françaises en quelques décennies ! L'entrepreneur n'est plus cet “homme en gris” décrit jadis par Yvon Gattaz, mais un chef d'entre-

preneurs qui s'initient au monde de l'entrepreneuriat. Ces derniers sont à la fois opérateurs et stratèges, c'est donc un mélange d'intuition et de rationalité. Il faut une envie fantastique de réussir et une capacité à se relever, à analyser ses erreurs et à rebondir... car c'est une course de fond !

Comment expliquez-vous le succès de l'auto-entrepreneuriat ?

Les raisons de cet engouement sont certainement multiples et encore mal cernées. Les Français auraient-ils décidé de “travailler plus pour gagner plus” selon l'expression consacrée ? Les auto-entrepreneurs seraient-ils ces anciens “travailleurs au noir” désormais encouragés à légaliser leur activité ? De

prise reconnu dont on envie désormais l'audace et la réussite avérée ou à venir. Avec 580 193 créations d'entreprise, et un bond de 75 % par rapport à l'année précédente, l'année 2009 est, sur le plan quantitatif, un grand cru pour l'entrepreneuriat en France. Certes, le nouveau statut d'entreprise simplifié - l'auto-entrepreneur - a fortement contribué à cet élan entrepreneurial sans précédent

nombreux chômeurs auraient-ils préféré “saisir leur chance” en développant une activité indépendante plutôt que de rechercher un emploi dans un marché du travail atone ? Elles révèlent, a minima, que le statut d'auto-entrepreneur répond à une attente forte d'une partie de la population active à la recherche d'indépendance et d'aventure entrepreneuriale. Ces chiffres prometteurs

doivent néanmoins être interprétés avec la plus grande prudence. Sur les 320 000 auto-entrepreneurs, 100 000 restent étonnamment inactifs quelques mois après leur création. Par ailleurs, le chiffre d'affaires impressionnant d'un milliard d'euros, exhibé par Hervé Novelli, est à relativiser : il correspond à un

externe - conseil, coaching etc. - ou interne - recrutement d'un responsable développement par exemple. Cet accompagnement offre pourtant au chef d'entreprise la possibilité de gagner en clairvoyance et de poser de solides jalons quant au développement futur de son entreprise. En 2010 et au-

“Choyés au moment de la création, l'entreprise et son dirigeant doivent ensuite affronter souvent seuls “la haute mer” et passer le cap symbolique de la troisième année”

chiffre d'affaires moyen de seulement 3 150 euros par auto-entrepreneur. Sans vouloir sous-estimer l'ampleur du phénomène auto-entrepreneur, il importera donc de mesurer, dans la durée, autant le volume des créations

delà, le gouvernement actuel gagnerait donc à focaliser davantage sa politique économique sur l'aide au développement des “jeunes pousses” après la phase d'amorçage qui dure généralement un à deux ans. Ce sont ef-

“En France, on est un peu trop adepte du “small is beautiful”. Passer de 49 à 50 salariés coûterait 800 000 euros”

d'entreprise que le chiffre d'affaires généré.

Le taux de survie des entreprises reste inquiétant ?

Si créer une entreprise devient plus facile, la développer s'avère effectivement beaucoup plus difficile dans un contexte économique défavorable. Choyés au moment de la création, l'entreprise et son dirigeant doivent ensuite affronter souvent seuls “la haute mer” et passer le cap symbolique de la troisième année. Effets de seuil, absence de formation, raréfaction des aides publiques... les obstacles au développement se multiplient vite alors que l'entreprise devrait réaliser son envol. A ce stade critique de son développement, le chef d'entreprise se trouve ainsi

fectivement ces futures “gazelles” qui dynamiseront l'économie française et lui permettront de regagner des parts de marché à l'international. Ce sont, elles seules, qui compenseront réellement les destructions d'emploi massives des grandes entreprises industrielles.

Pourquoi avoir justement choisi d'écrire un livre sur la problématique du business development ?

Si une littérature économique abondante existe déjà sur la question centrale de l'auto-entrepreneur ou sur les conseils en matière de création d'entreprise, les écrits se font en revanche rares sur “l'après-création”. Ce livre vient combler ce manque, aucun livre de

“Le gouvernement gagnerait donc à focaliser davantage sur l'aide aux “jeunes pousses””

confronté à des enjeux colossaux pour lesquels il est rarement formé ou accompagné : affiner le modèle de croissance, prioriser les projets de développement, améliorer l'exécution, recruter les salariés adéquats... autant d'éléments pourtant indispensables pour croître durablement. Le problème français est que beaucoup d'entreprises stagnent au bout de 2 ou 3 ans, car il existe une réelle difficulté à développer l'entreprise, notamment à l'international. En France, on est un peu trop adepte du “small is beautiful”. Pas-

référence n'étant disponible en France sur la problématique du business development. Je l'ai écrit pour valoriser l'audace et la méthode - les deux sont indissociables et restent des conditions sine qua none pour réussir durablement -, en espérant contribuer positivement à l'accélération du développement de nombreuses entreprises... Ce livre est un message optimiste adressé aux entrepreneurs et aux managers : la faible croissance annoncée pour les dix ans à venir n'est pas une fatalité ! J'ai d'ailleurs rencon-

Ce sont effectivement ces futures “gazelles” qui dynamiseront l'économie française et lui permettront de regagner des parts de marché à l'international

ser de 49 à 50 salariés coûterait 800 000 euros !

Que préconisez-vous ?

On peut se développer en créant d'autres structures, et garder ainsi un esprit start-up et une culture entrepreneuriale forte. Cela permet par ailleurs d'éviter les travers des grandes structures : multiplication des contrôles, désresponsabilisation, etc. Par ailleurs, au-delà de la baisse progressive du dispositif public d'aide aux entreprises, le chef d'entreprise, faute de ressources, fait trop souvent l'impasse sur un accompagnement relevant de la sphère privée. Qu'il soit

tré des chefs d'entreprise déterminés qui ont profité de la crise pour renforcer leurs positions. De nombreux leviers de développement existent dans les entreprises, il importe donc de savoir appréhender les bons territoires de croissance et de réussir à inscrire son entreprise dans le cercle vertueux du développement.

*auteur de “Business Development, comment faire décoller votre business”, Editions Eyrolles, mai 2010