



François BERGERAULT
Nicolas BERGERAULT

DE L'IDÉE À LA CRÉATION D'ENTREPRISE : COMMENT CONCRÉTISER VOTRE PROJET



Faites-vous
du bien, devenez
entrepreneur !

2^e édition

DUNOD

« J'ouvre ma boîte » est une collection créée en partenariat avec le Salon SME (Solutions pour Mon Entreprise) et Placedesreseaux.com, le web magazine des entrepreneurs en réseau.

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du

Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2016

5 rue Laromiguière, 75005 Paris

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-074299-8

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.


Préface

Entreprendre, ce mot évoque beaucoup de possibles, un peu de crainte, pas mal d'envie, raisonnablement du rêve. À chacun de voir midi à sa porte et de s'imaginer entrepreneur.

Comme il n'y a pas d'âge pour devenir entrepreneur, ce livre s'adresse à tout le monde. Après avoir passé de longues et belles années chez L'Oréal et acquis de l'expérience, j'ai choisi de me lancer et de créer ma propre entreprise. D'autres se lancent sans diplôme, pendant leurs études ou celles-ci à peine finies. Certains sont jeunes, d'autres moins, mais tous sont animés par la même envie : créer sa boîte !

Cette aspiration comporte bien sûr une part d'irrationnel. Dans une certaine mesure, il faut savoir sauter le pas, sans vouloir tout cadrer et anticiper, sinon on ne le fait jamais. Au moment où l'on prend la décision de se lancer, il y aurait objectivement au moins autant de bonnes raisons de ne pas le faire. Votre entourage, d'ailleurs, ne manquera pas d'évoquer le risque, la conjoncture, votre responsabilité personnelle, votre concept. Votre entourage aura raison de le faire, vous aurez intérêt à écouter tous ces conseils, et pourtant vous vous lancerez, parce que vous croyez dur comme fer à votre idée.

Néanmoins, et sans aspirer à tout prévoir, avant de tout plaquer pour vous lancer, il y a un certain nombre d'étapes à respecter, de réflexions à mener, de modèles à faire tourner pour maximiser les chances de succès de votre entreprise. Le livre de François et Nicolas Bergerault n'a pas la prétention d'être une *check-list* imparable pour être 100 % certain de réussir son lancement, mais il rassemble



beaucoup de conseils pour limiter le risque. En s'appuyant sur leur expérience de création de L'atelier des Chefs en 2004, mais aussi sur de nombreux témoignages d'autres créateurs d'entreprises, ils tentent tout au long de ce livre de mêler passion et raison : leur objectif est de raviver à chaque page la flamme d'entrepreneur qui brûle en vous, mais aussi de vous rappeler à chaque étape ce qu'il ne faut pas oublier, les trucs et astuces des uns et des autres pour contourner les difficultés et garder le cap.


En toute confiance, alors qu'en 2006, je remettais personnellement le Prix des Gazelles de l'entrepreneuriat à L'atelier des Chefs, j'avais réalisé combien j'avais moi-même pu douter du potentiel de cette entreprise. À la faveur d'amis communs, François et Nicolas étaient venus me présenter ce qui n'était qu'une idée de boîte en 2002, et à ce moment-là j'avais de vrais doutes sur leurs chances de succès. Je ne leur en avais pas parlé pour ne pas les décourager, mais j'avais essayé de leur donner tous les conseils possibles pour augmenter leurs chances de succès. Comme ils vous l'expliqueront dans le livre, l'idée est importante, mais l'équipe, son état d'esprit et son envie de réussir le sont tout autant. Les frères Bergerault sont allés au bout de leur idée, qui s'est avérée plus pertinente qu'elle n'en avait l'air, mais surtout, ils ont su rebondir sur leurs échecs, innover en permanence pour développer leur business, ne jamais laisser tomber même dans les années de crise qu'ils ont traversées. Et aujourd'hui, ils ont fait de L'atelier des Chefs, le numéro 1 des cours de cuisine en atelier et sur le web en Europe, et ils ont construit une marque qui évoque avec gourmandise le *made in France* en Angleterre et à Dubaï et sûrement plein d'autres pays dans les prochaines années.

Laissez-vous guider par votre instinct, par cette intuition qui est souvent un formidable détonateur et passez ensuite votre projet par toutes les moulinettes des business plans et des études de concept pour en valider le potentiel.

Devenir entrepreneur, créer sa boîte, c'est à la fois un statut enviable et envié, mais c'est également une nouvelle façon d'appréhender sa vie ; et pas simplement sa vie professionnelle, car souvent la vie personnelle va se trouver impactée par cette décision. C'est donc une décision qu'il convient de prendre de façon réfléchie, avec son entourage proche pour que tout le monde soit au diapason et rende l'aventure faisable et belle. Être entrepreneur, ce sont aussi, au début au moins, des sacrifices : il faut les anticiper et s'y préparer en gardant en tête que ces premiers temps peuvent durer. Vous allez faire des envieux, mais peut-être que de temps en temps, vous vous direz que votre vie d'avant n'était pas mal non plus. Mais vous serez libre !

Cette liberté est probablement l'aspect le plus important de votre nouvelle vie. Être libre ne signifie certainement pas faire n'importe quoi, mais bien au contraire être 100 % responsable de toutes ses décisions (au départ en tout cas) et devoir assumer avec le même professionnalisme, avec le même recul et la même capacité d'analyse les raisons d'un succès ou d'un échec pour en tirer des enseignements utiles pour l'avenir. Votre liberté va être le fuel de votre moteur au quotidien. C'est ce bien précieux qui va vous rendre addict ; vous ne pourrez plus vous en passer et elle vous rendra chaque jour plus créatif et combatif, pour ne jamais laisser tomber, toujours trouver une solution à chaque problème et connaître l'immense satisfaction du succès.

La France a besoin d'entrepreneurs. Si vous avez ce livre dans les mains, c'est que vous faites partie de ceux dont la France a besoin. Il faut des créateurs d'entreprise pour étoffer notre réseau de PME à succès, les transformer en ETI (entreprises de taille intermédiaire) et faire émerger les champions de demain. En créant votre boîte, vous allez créer de la richesse, créer des emplois et inexorablement rapporter des centièmes de points de croissance à notre économie



qui en a tant besoin. Et c'est la somme de ces centièmes de points de croissance qui relancera notre pays, dont les forces sont immenses si on se met tous à les exploiter.

Si à la fin de la lecture de ce livre, vous pensez qu'entreprendre, c'est peut-être pour vous, alors, nous aurons tous, nous les entrepreneurs, l'immense plaisir et la fierté de vous accueillir dans notre aventure!

Geoffroy Roux de Bézieux

Fondateur de The Phone House et Omea Telecom

Vice-président du Medef

Avant-propos

« La France ne crée pas assez d'entreprises », voilà une rengaine que nous entendons depuis longtemps. Ce n'est pourtant plus vrai. La France, avec ses auto-entrepreneurs, est devenue une vraie terre de création d'entreprises. Très vite (trop vite ?), nous sommes passés de « entrepreneur, moi jamais ! » à « il faut que je crée ma boîte ». Si créer sa société est un challenge formidable, il ne doit pas s'agir d'une fin en soi.

Créer son entreprise, c'est transformer une idée en projet, prendre des risques quant à son exécution et se lancer dans une aventure très particulière. Ce livre a donc pour objectif d'aider les entrepreneurs à se lancer pour les bonnes raisons, en prenant conscience des vrais enjeux.

Si nous partons de l'idée pour accompagner l'entrepreneur, c'est qu'elle est bien souvent à l'origine du projet, et qu'elle est un passage obligé dans le processus de création d'entreprise. Techniquement, elle deviendra ensuite l'objet social de l'entreprise, mais elle ne doit pas nécessairement être « géniale ». Bien souvent, les plus grands succès reposent sur une idée simple, mais c'est la réalisation qui est géniale.

Ce livre accompagnera l'entrepreneur dans toute sa maturation du projet, en l'aidant à se poser les bonnes questions, à éviter les pièges classiques, en le poussant à avoir confiance en lui et en son projet et ce, à travers le retour d'expérience de deux personnes qui ont créé une société dans un métier existant, en le modernisant, en l'adaptant aux attentes des consommateurs.

Sommaire

PRÉFACE	3
AVANT-PROPOS	7
REMERCIEMENTS	11
1 POURQUOI SOUHAITEZ-VOUS CRÉER VOTRE BOÎTE ?	15
Bien vous connaître est une nécessité	16
Quel type d'entreprise entendez-vous créer ?	22
Les mauvaises raisons de créer votre boîte	25
2 L'IDÉE, UN PRÉREQUIS NÉCESSAIRE QUI N'A PAS BESOIN D'ÊTRE GÉNIAL	31
Capitaliser sur ses compétences, surtout quand elles sont rares	32
Être à l'affût des tendances pour trouver l'idée innovante	38
Reprendre une idée existante sur un autre marché et l'adapter à son marché	42
Des marchés de niche grâce à la connaissance du métier	46
Lancer une activité existante mais en y mettant sa patte	48
3 PARTAGER SON IDÉE ET SON PROJET, UNE NÉCESSITÉ ?	51
De l'idée au projet	52
Seul ou à plusieurs	56
Valider son projet : en parler ou pas	61
Savoir écrire et raconter une belle histoire	64

4	CONSTRUIRE SON PROJET AUTOUR DE SON IDÉE	71
	Le business plan, acte de conception du projet	72
	Étude de marché ou pas	78
	L'idée c'est 20 % du succès, sa réalisation c'est 80 %!	82
	Le rôle prépondérant du commercial	86
5	LA MISE EN VIE DU PROJET	95
	Les statuts de la société, sa forme juridique	96
	Faire appel à des experts	100
	La recherche de financement	102
	Marketing et plan de communication	107
6	DE L'EUPHORIE À LA DÉPRIME, LE BESOIN D'UN ÉTAT D'ESPRIT À TOUTE ÉPREUVE	115
	Une euphorie nécessaire au lancement pour se convaincre et convaincre	116
	De grandes périodes de stagnation qu'il faut savoir gérer pour ne pas tout arrêter	118
	Un moral de battant pour contourner les obstacles	121
	Célébrer chaque succès avec ses partenaires	124
	CAS PRATIQUE L'ATELIER DES CHEFS	127
	Les fondements du concept	128
	Le tournant numérique de L'atelier des Chefs	133
	Conclusion	139
	CONCLUSION	141
	BIBLIOGRAPHIE	143
	SITOGRAPHIE	145
	GLOSSAIRE	147

Remerciements

Ce livre n'aurait pas existé sans :

Nos femmes et enfants qui nous ont accompagnés et soutenus dans la création de **L'atelier des Chefs**.

Nos « familles et amis » qui ont financé le premier tour et donc la création de **L'atelier des Chefs**.


Jean-Sébastien Bompoil, qui a été le premier à rejoindre notre aventure entrepreneuriale pour donner les cours de cuisine et qui est maintenant associé de **L'atelier des Chefs** !

Tous nos collaborateurs, qui ont apporté chacun sa pierre à l'édifice et qui font vivre **L'atelier des Chefs** au jour le jour.

Merci aussi pour leur contribution – par ordre d'apparition dans le livre – à :

Fany Péchiodat, créatrice de My Little Paris,
www.mylittleparis.com

Guillaume Richard, créateur de O2,
www.o2.fr



Stanislas Daubard, créateur de Cap Synthèse,
www.capsynthese.com

Antoine Durieux, créateur de Chef Jérôme, devenu Alkemics
www.alkemics.com

Élodie Bergerault, créatrice de Danaïade,
www.danaïade.com

Christophe Poupinel, créateur de Finemedia,
www.comprendrechoisir.com

Stanislas de Rémur, créateur de Oodrive,
www.oodrive.com

Victor Augais, créateur de Urban Football,
www.urbanfootball.fr

Diego Magdelénat, créateur de Pick-Up services,
www.pickup.fr

Juliette Daubard, créatrice de Sous le Sable,
www.souslesable.com

Thierry Bizot, créateur de Éléphant et Cie,
www.elephant-groupe.com

Olivier Duha, créateur de Webhelp,
www.webhelp.com

Sandra Legrand, créatrice de Kalidea,
www.kalidea.com

Stanislas de Bentzman, créateur de Devoteam,
www.devoteam.com

Pierre Kosciusko-Morizet, créateur de PriceMinister,
www.priceminister.com

Augustin Paluel-Marmont, créateur de Michel et Augustin,
www.micheletaugustin.com

Gaetan Laederich, créateur de Vaï Vai,
www.vaivai.fr

1

Pourquoi souhaitez-vous créer votre boîte ?

Le doute est père de la création.

GALILÉE

Objectifs

- »» Vous connaître et comprendre pourquoi vous souhaitez créer une entreprise.
- »» Créer une entreprise qui vous corresponde.
- »» Vous donner toutes les chances de réussir.

Créer son entreprise est pour certains un challenge très excitant, un moyen de se réaliser, de gérer sa vie professionnelle sans contrainte, d'être libre. Pour d'autres, au contraire, il s'agit d'une mission impossible, réservée à certaines têtes brûlées inconscientes du danger. Ces deux visions ont chacune leur part de vérité, sans être pour autant totalement vraies.

Avant de vous lancer dans la création d'entreprise, posez-vous les bonnes questions. Il est capital de savoir si vous êtes fait pour un tel projet, si vous allez vous épanouir dans ce projet et si vous lui donnez une dimension qui vous correspond.

Bien vous connaître est une nécessité

■ ■ ■ La création d'entreprise est une histoire d'homme ou de femme avec ses qualités et ses faiblesses. Travailler beaucoup, prendre des risques mesurés, avoir confiance en l'avenir, savoir fédérer autour d'un projet sont des qualités essentielles pour créer son entreprise.

Avant de penser à une idée, il est donc primordial de bien vous connaître, pour comprendre ce que vous aimez, quels sont vos atouts et ce à quoi vous aspirez.

Ce travail doit évidemment être fait par vous qui envisagez de créer votre entreprise, mais peut et doit aussi être fait par vous qui êtes encore salarié et qui réaliserez peut-être, en répondant à ces ques-

tions, que l'entrepreneuriat est fait pour vous, contrairement à ce que vous imaginiez jusque-là.

Il existe une multitude de questions à se poser, dont voici les principales.

Les 4 qualités du créateur d'entreprise

- Aimer la nouveauté
 - Être créatif
- Savoir convaincre et vendre
 - Être un leader

Figure 1 – Les bonnes questions à se poser



Comment percevez-vous la nouveauté ?

Si elle vous excite, vous attire, qu'elle ne vous fait pas peur, voire que vous vous êtes toujours adapté relativement vite et bien, que dans votre vie vous avez toujours recherché la nouveauté et le changement, vous avez la première des qualités pour envisager la création d'entreprise.

Mais attention, aimer la nouveauté ne signifie pas changer sans cesse d'avis. Il est nécessaire d'aimer le changement, mais une fois une orientation décidée, il faut s'y tenir, sous peine de ne jamais faire aboutir aucun projet.

Apporter de la nouveauté, c'est bien souvent partir de quelque chose qui existe et le moderniser, l'adapter à de nouveaux modes de consommation ou de nouveaux outils technologiques. Vouloir la nouveauté, c'est vouloir le mouvement, c'est vivre avec son temps, juste en avance.

Attention

Le sens du *timing* est clé pour un entrepreneur : ne soyez pas trop en avance !

Êtes-vous commercial et créatif ou plutôt gestionnaire ?

En tant qu'entrepreneur, vous allez devoir convaincre. Si vous souhaitez entreprendre avec d'autres personnes, il vous faudra tout d'abord les convaincre de s'associer à vous. Vous devrez ensuite vendre votre projet à des investisseurs afin qu'ils le financent, séduire des salariés pour tenter l'aventure à vos côtés, engager des fournisseurs à vous faire confiance et enfin convaincre des clients d'acheter vos produits.

Créer votre entreprise, ce sera d'abord faire preuve de créativité afin d'élaborer un projet séduisant et ensuite vendre cette histoire. Il est donc primordial de savoir vendre et d'aimer cela.

Vous allez devoir chercher tous ces partenaires, rencontrer du monde, faire rêver en racontant votre projet à de nombreuses reprises. Il faut que cela vous amuse ou vous risquez de ne pas y mettre de cœur et donc de ne pas être bon et convaincant.

Attention

Vendre ne signifie pas raconter des fables. Une histoire entrepreneuriale s'étire dans le temps et pour garder la confiance de vos partenaires, il vous faudra délivrer ce que vous avez promis. Pour bien vendre, il faut donc déjà être sûr de votre histoire et de votre projet.

Il est évident que l'entreprise nécessitera ensuite des qualités de gestionnaire, mais sans créativité ni vente, il n'y a pas l'étincelle

qui fait démarrer l'entreprise. En tant que chef d'entreprise, vous resterez toujours le premier vendeur de votre société.

Comment vous comportez-vous dans un groupe ?

Créer son entreprise ne signifie pas obligatoirement se voir à la tête d'une équipe de cinquante ou cent salariés. Cependant, c'est bien souvent une attitude de leader qu'il faut avoir pour entraîner une, deux ou cent personnes derrière soi.

→ Aimez-vous cette attitude ? Vous correspond-elle ?

Il faut avoir envie d'être responsable, de prendre les décisions qui vont s'appliquer à tous et savoir endosser les conséquences liées aux mauvais choix. En tant que manager, vous devrez en permanence expliquer où vous allez, pourquoi vous y allez et comment vous comptez vous y prendre. Ainsi, vous devrez avoir les idées claires pour les énoncer simplement et adapter votre discours à vos interlocuteurs. Tout le monde ne rêve pas avec les mêmes mots et les mêmes objectifs. Être un bon manager c'est avant tout faire preuve d'empathie.

Être leader ne signifie pourtant pas décider seul et de tout. Il est important de savoir partager, écouter et trancher parmi les avis de ceux qui vous entourent.

→ Quelle est votre capacité d'écoute, d'analyse et de décision ?

Tout ceci ne s'improvise pas. Il s'agit en général de qualités que l'on a l'habitude de mettre en avant dans sa vie de tous les jours.

Quelle est votre situation personnelle ?

Les vies personnelles et professionnelles de l'entrepreneur sont étroitement liées.

Le premier bureau est bien souvent l'appartement dans lequel on vit ; les horaires de travail, au début du projet, rendent quasi-nuls

les moments à consacrer à autre chose. Il est donc important que vous vous demandiez si vous pouvez consacrer l'entièreté de vos ressources personnelles, qu'elles soient économiques ou autres, à ce projet.

→ Êtes-vous célibataire et sans enfant, avec des besoins financiers limités ou en tout cas très aisément limitables ?

→ Devez-vous et souhaitez-vous consacrer beaucoup de temps à vos enfants à très court terme ou avez-vous une certaine liberté par rapport à tout cela ?

Si tous ces éléments sont évidemment clés dans votre décision de vous lancer ou non dans la création d'entreprise, aucun de ces éléments n'est discriminant. Tout dépendra de l'ampleur que vous souhaitez donner à votre projet, de la vitesse à laquelle vous voulez le faire grossir, de la nécessité que vous avez à gagner vite de l'argent. En vous posant ces questions, vous allez commencer à comprendre ce que sont vos aspirations fortes à court et moyen terme, ce que sont vos besoins et si ce mode de vie est compatible avec le statut de jeune créateur d'entreprise.

TÉMOIGNAGE

Fany Péchiodat, My Little Paris

«J'ai eu l'idée de créer ma société quand j'étais encore salariée pour les parfums Jean-Paul Gaultier. J'avais repéré des formats très qualitatifs de newsletters aux États-Unis, que les New Yorkaises recevaient comme un cadeau dans leur boîte mail. En France, au contraire, les newsletters étaient froides et impersonnelles.

Ma logique a été de démarrer petit, de tester, puis de développer. J'ai donc commencé à créer ma newsletter, dans mon coin, avec quelques amies. Il s'agissait d'un e-mail, court, qui racontait une histoire que les lectrices avaient envie de se partager. Nous avons commencé à l'envoyer à une cinquantaine de personnes, puis au bout de quelques mois nous avions 10000 inscrits, sans jamais avoir fait le moindre

→



investissement marketing. Seule la force de nos idées générerait le buzz. Après avoir senti qu'il y avait une place à prendre sur le marché, j'ai fait le choix de quitter mon entreprise.

Je pense qu'une entreprise, on la construit avant tout avec ses rêves. Moi en tout cas, c'est toujours là que je puise mon énergie et mes ressources. J'aimais la perspective d'avoir des rêves très grands et des solutions toutes petites, ce qui pousse à être rusé – ce que les Américains appellent « *the power of zero* ». Le grand luxe de l'entrepreneuriat, c'était aussi pour moi de pouvoir choisir les gens avec qui j'allais travailler. Pourtant, au moment de quitter ma société, j'ai eu le vertige. Mais rapidement, j'ai rationalisé le risque et j'ai compris que je ne risquais pas grand-chose. Si ce n'est de passer à côté de l'aventure de ma vie. Nous avons commencé sans structure, puis nous avons créé une association loi de 1901, avant de créer une société au bout de six mois. Cette période a été très fondatrice des valeurs de My Little Paris, car les personnes qui travaillaient sur ce projet avec moi le faisaient de façon bénévole. Il fallait donc les manager uniquement par le sens et par l'envie, je n'avais pas le choix. Une fois organisés sous forme de société, nous avons fait perdurer ce style de management qui est resté un élément clé de notre culture d'entreprise.

Nous avons eu la chance que le marché réagisse très bien à notre offre, avec les Galeries Lafayette d'abord, puis le premier e-mail partenaire avec Dior, qui fut un succès tel que nous avons ensuite travaillé avec toutes les marques du portefeuille LVMH. Ainsi, notre développement s'est toujours autofinancé.

Aujourd'hui, nous sommes sur plusieurs nouveaux développements. Nous venons de décider d'aller au Japon, avant tout parce que ça nous amuse. C'est quelque chose qui est très important dans notre stratégie et notre façon d'avancer : le fun et l'envie de s'amuser restent clés. »