

SYNTHÈSE DE LA SOIRÉE

Oser Entreprendre

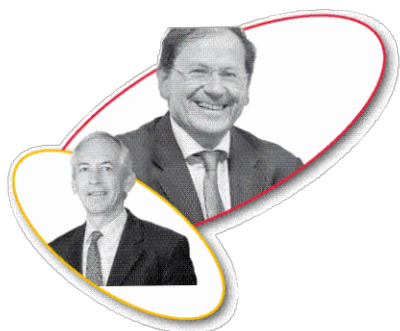
Mardi 18 novembre 2008

MAISONS-ALFORT

200 entrepreneurs d'exception
dialoguent avec leur Ministre



Oser Entreprendre



Quel est l'impact de la crise actuelle sur l'activité des PME, quels sont les freins à leur développement, quels sont au contraire les moteurs de leur croissance, et quelles mesures attendent les chefs d'entreprise pour continuer ou accélérer leur développement ?

Autant d'échanges et de témoignages qui ont rythmé cette soirée avec 200 chefs d'entreprises très performants soutenus par OSEO, en présence du Secrétaire d'Etat chargé des PME, du Commerce et de l'Artisanat, **Hervé Novelli** et du Président d'OSEO, **François Drouin**.

Les PME championnes et la crise

Il a été demandé aux dirigeants de ces 200 PME d'exception (panel OSEO) leur perception de la crise. Leurs réponses ont été comparées aux résultats d'une enquête réalisée avec IPSOS en octobre 2008, auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 PME.

Le panel OSEO est nettement plus optimiste :

- La crise n'affectera pas ou affectera peu l'activité de mon entreprise
 - ▶ 53 % du panel OSEO
 - ▶ 18 % de l'échantillon IPSOS
- La crise n'aura pas d'impact sur la politique d'investissement de mon entreprise
 - ▶ 50 % du panel OSEO
 - ▶ 29 % de l'échantillon IPSOS

L'écart entre les deux populations témoigne de l'effet « Innovation ».

Commentaire de François Drouin : « L'innovation est au cœur de la problématique. Les champions investissent dans des projets innovants ce qui les rend davantage optimistes ».

Dans certains secteurs toutefois, on observe des reports d'investissements dus à un gel brutal de la demande des clients ; et la question est de savoir combien de temps cela durera ?

Un chef d'entreprise témoigne : « mes clients n'achètent plus de matières premières secondaires après une baisse spectaculaire, non explicable, du prix des matières premières vierges. À partir du 2 novembre et en huit jours, tous nos marchés ont été gelés. Personne ne comprend pourquoi. Alors que notre entreprise fonctionnait très bien, c'est comme si l'environnement mondial avait soudainement cessé de travailler... J'ai donc décidé dans l'immédiat d'interrompre les investissements pour avoir un minimum de visibilité. ».

Eric Revel, directeur général de LCI, souligne le positionnement de sous-traitants de PME dans certains secteurs : « Quelques rares bonnes nouvelles subsistent toutefois comme les effondrements du prix du baril ou de l'euro face au dollar – élément positif pour les PME qui exportent. Toutefois, en observant secteur par secteur, les PME sont souvent sous-traitantes. Or les nombreux secteurs qui sollicitent les sous-traitants – automobile et aéronautique – basculent dans l'inconnu. General Motors, symbole de l'Amérique triomphante, sera-t-elle encore une marque automobile dans quelques mois ? Personne ne le sait car Henry Paulson a refusé de la réalimenter en milliards de dollars. Le secteur vit une mutation et certains sous-traitants ne s'en remettront pas. Tous ces basculements impacteront nécessairement les PME, notamment françaises. L'impact sera fort. ».

Au-delà de cette crise, quels sont les freins récurrents au développement ?

L'ensemble des entrepreneurs (panel OSEO et échantillon IPSOS) se rejoignent pour citer le coût de la main d'œuvre (et le poids des charges sociales) ainsi que la difficulté à recruter du personnel qualifié comme les deux principaux freins à la croissance de leur entreprise.

A noter que le panel OSEO cite l'insuffisance des fonds propres comme le 3^e frein le plus important, alors qu'il ne vient qu'en 7^e position dans l'échantillon IPSOS. Cet aspect est révélateur de la dynamique de croissance des entreprises présentes dans la salle.

Les moteurs de la croissance

Les entrepreneurs présents ont mis en avant trois principaux moteurs pour expliquer leur développement :

- voir grand
- innover sans cesse
- investir dans la technologie et les hommes

VOIR GRAND

Les entrepreneurs présents ont une vision ambitieuse de leur avenir. Ils ne fixent aucune limite à la croissance de leur entreprise. Leur horizon est d'emblée international.

Les dirigeants du panel OSEO se montrent ainsi plus optimistes que l'échantillon IPSOS :

- « **Il n'existe pas de limite au développement de ma société** »
 - ▶ 74 % du panel OSEO
 - ▶ 46 % de l'échantillon IPSOS

François Drouin commente : « *Personne, pas même son créateur, ne sait jusqu'où va aller son entreprise quand il la crée. Je pense par exemple à SOITEC. Son créateur était sans doute loin de penser qu'il en serait là aujourd'hui. Quant au président d'ACTIA qui est dans la salle, je ne pense pas qu'il pouvait imaginer sa réussite actuelle avec des activités en Amérique Latine et 1 000 salariés en Tunisie notamment.* »

Hervé Novelli : « *Parfaitement, les entrepreneurs constatent tous cela. Ne pas se donner de limite permet de valider l'innovation comme facteur de découverte de nouveaux marchés à conquérir. Il n'existe de limites ni en termes de marché, ni de chiffre d'affaires. La stratégie adoptée cherche toujours à être gagnante, l'innovation permet cet affranchissement des limites.* »

Isabelle Martin Spittler, Présidente de Pharmaster souligne la nécessité de placer l'international au cœur de son développement : « *Pharmaster est un laboratoire sous-traitant de la pharmacie en ophtalmologie et en ORL, une niche intéressante car peu concurrentielle : nous sommes deux en Europe. Notre principale innovation est le spray nasal sans conservateurs. **L'export représente 60 % de notre chiffre d'affaires en 2008, alors qu'il représentait 30 % l'année dernière.** Notre progression s'inscrit principalement en Europe, surtout en Allemagne, en Scandinavie et en Suisse, demandeurs de médicaments sans conservateurs.* »

A noter que la majorité des PME présentes ce soir là réalisent au moins 20 % de leur chiffre d'affaires à l'export.

INNOVER SANS CESSER SOUS TOUTES LES FORMES

Quelques témoignages, parmi les plus exemplaires

■ **L'innovation produit**

avec Yves Bouget, Président de HF Company

« *Je ne surprendrai personne ici en affirmant qu'il est **primordial d'être innovateur.** Les clés sont toujours les mêmes : trouver une idée nouvelle, puis la technologie pour la développer et que cette dernière soit mondiale pour connaître une diffusion optimale. Autre*

point, la nécessité de **trouver l'accès au marché, c'est-à-dire la "killer application", afin de bénéficier d'une diffusion forte du produit**. Enfin, assurer une interopérabilité de la technologie en vue de son application mondiale et grand public. Pour ce faire, nous avons développé un laboratoire ouvert à tous, y compris à nos concurrents. Ainsi nos produits sont interopérables et les consommateurs peuvent les acheter en confiance »

■ **L'innovation collaborative**

avec Sandra Martin, gérante de Futuramat

« Futuramat a été créée à partir d'une plateforme de recherche et développement à Poitiers. Certains résultats de recherche étaient disponibles pour une exploitation possible : soit la vente de brevets, soit la création d'une activité à partir de ces brevets. Cette dernière solution a été proposée par SMH. Après avoir été salariée de la plateforme de recherche, je suis devenue porteur du projet grâce à OSEO, via le concours national de la création d'entreprise innovante. Aujourd'hui, **le partenariat avec la plateforme de recherche se poursuit, car je dispose d'une licence exclusive sur ces brevets. Nous sommes en innovation constante pour rester forts sur notre marché.** »

■ **L'innovation marketing**

avec deux témoignages :

Jean-Marc Gaucher, Président de Repetto

« Nous sommes en croissance et nous produisons en France dans une industrie de la chaussure pourtant sinistrée. Les règles en place sont toujours celles des autres. Je devais donc trouver les failles du système pour développer l'entreprise. **La taille de la PME permet une évolution et des actions rapides. Nous avons observé la façon de consommer des femmes pour adapter notre outil industriel à ces demandes.** Nous sortons chaque année six collections de chaussures en ayant changé nos modes de fonctionnement avec nos fournisseurs, clients, personnels et stylistes. Lorsqu'une consommatrice voit une paire de chaussures chez une amie, elle désire un autre modèle ou un autre coloris. Nous avons décidé de sortir ces différents produits en même temps pour rester réactifs.

Par ailleurs, **nous avons innové en inventant des partenariats gratuits inédits.** Le premier a été conclu il y a neuf ans avec Issey Miyake le plus grand styliste japonais proche de la danse. Je lui ai proposé de mettre nos technologies à sa disposition à condition de nous dessiner des chaussures et d'associer nos deux noms. Je lui ai demandé également de vendre ces chaussures exclusivement dans son réseau. Peu à peu, les consommatrices ont découvert les chaussures Repetto dans les plus belles boutiques du monde. Nous avons reproduit ce type de partenariat avec un autre Japonais Yohji Yamamoto avec

« Comme des garçons ». À partir du printemps, Karl Lagerfeld dessinera des chaussures pour Repetto. Aucun argent n'est engagé dans ces opérations : nous devons simplement nous satisfaire des besoins et des demandes. **La clé est d'accepter une remise en question permanente. Sur les quatre dernières années, nous avons multiplié par cinq notre chiffre d'affaires** ».

Autre témoignage, Laurent Windenberger, cogérant de Babymoov :

« Nous avons débuté à l'âge de 25 ans il y a onze ans, sans connaître le monde des mamans, des papas et des bébés. **Pour y remédier, nous organisons des réunions avec des mamans, dont nous tirons de nombreuses idées d'innovation.** Nous avons ainsi créé un processus innovation sous la forme d'un club « Baby tendances », au cœur duquel sont placées les consommatrices, au lieu d'avoir sollicité des agences de marketing. Nous organisons ces rencontres à Clermont-Ferrand – siège de notre société – tous les deux mois, ainsi qu'à Paris pour bénéficier d'une représentativité plus importante. **Les idées fusent donc régulièrement, et nous les transformons en innovation.** »

■ L'innovation "sociétale"

avec Olivier Desurmont, Président de Sineo

« J'ai vendu mon véhicule pour acheter une camionnette et j'ai commencé à laver des voitures sans eau. J'ai démarré seul en frottant les véhicules. Aujourd'hui, nous sommes près de 250 salariés. Notre développement repose sur des valeurs simples :

- | environnementales, en lavant les voitures sans eau et avec des produits biodégradables, conçus en partenariat avec un laboratoire de recherche,
- | créatives, en nous diversifiant sur le lavage des bateaux et même des avions ;
- | sociales, en embauchant des personnes en difficultés.

qui donnent du sens à notre action tout en étant économiquement efficace »



INVESTIR DANS LA TECHNOLOGIE ET LES HOMMES

Question à la salle :

- « lorsque vous pensez à vos principaux concurrents sur le plan de la technologie, vous diriez que vous êtes » :
 - ▶ en avance : 63,6 %
 - ▶ au même niveau : 28,8 %
 - ▶ en retard : 7,6 %

Attirer et retenir les salariés clés de l'entreprise, notamment ceux qui font sa valeur technologique, est également cité comme un élément déterminant. Près de 60 % des entrepreneurs du panel OSEO leur ont ainsi déjà ouvert leur capital.

Le mix de ces différents moteurs de croissance

avec David Sourdivé, Président de Collectis

« *Collectis est un essaimage industriel de l'Institut Pasteur spécialisé dans l'ingénierie des génomes. Nous réalisons 97 % de notre activité à l'export, essentiellement aux États-Unis, au Japon et marginalement en France. Nous comptons **51 partenariats industriels dans le monde** avec les acteurs de la pharmacie, de la biotechnologie et de l'agroalimentaire, et plus d'**une trentaine de partenariats académiques sur tous les continents**. Il n'existe pas de marché local dans la santé car le vivant est partout. **Cette dimension est inhérente à notre métier, mais elle est aussi une des clés de notre succès.***

Notre innovation provient du modèle économique lui-même. Nous avons des revenus à court terme pour les applications industrielles de nos technologies, à moyen terme pour leurs applications agronomiques, et à long terme pour des applications thérapeutiques. **Nous finançons séquentiellement notre développement, sans être contraints de lever de l'argent régulièrement pour financer les essais cliniques comme la plupart des entreprises du secteur des biotechnologies.**

Notre innovation repose également sur le management en déployant une stratégie de groupe avec des filiales par métiers pour assurer une croissance pérenne. Aujourd'hui, la crise nous touche peu sur le bas de bilan, mais paradoxalement plutôt sur le haut de bilan. L'enjeu actuel est de sécuriser notre actionnariat.

Nous travaillons dans l'économie réelle en développant des stratégies industrielles, dont l'enjeu se situe donc sur le haut de bilan. **La problématique actuelle est d'éviter que la crise offre à l'économie spéculative l'opportunité de prendre le contrôle de nos technologies et de nos entreprises. L'enjeu se situe moins sur la fragilité potentielle de nos clients qui travaillent à cinq ou dix ans que sur la nécessité de sécuriser le noyau dur de l'actionnariat.** »

Les attentes des chefs d'entreprise pour continuer ou accélérer leur développement

Les points de vue exprimés par les dirigeants de ces PME innovantes montrent que les trois premières mesures souhaitées sont l'allégement des charges sociales et de la fiscalité, l'assouplissement des conditions d'embauche et de licenciement, et la facilitation du développement à l'international. Les deux premières sont identiques à celles préconisées par le panel IPSOS, mais des écarts significatifs existent sur les autres priorités.

Ainsi :

Les mesures visant à faciliter le développement à l'international sont cités de façon nettement plus prioritaire par le panel OSEO. Cela confirme le lien étroit entre innovation et export pour ces PME innovantes. Le recours au capital-risque est aussi une solution davantage mise en avant par ces entreprises que pour les PME en général. Ces PME innovantes ont en effet besoin de fonds propres pour des phases risquées, propres à leur typologie d'entreprises.

Hervé Novelli commente: « Les résultats des entreprises dans la salle et du sondage IPSOS montrent toute l'importance des deux premières mesures. Le développement à l'international m'intéresse également beaucoup.

Il montre que le panel de ce soir est constitué d'entreprises en croissance. La différence est également forte avec IPSOS sur le recours au capital risque. Cette option est souvent la marque d'entreprises de croissance avec des besoins importants en fonds propres. Inversement, la simplification est perçue comme moins rude à surmonter que dans le panel général, qui implique une maîtrise certaine de la complexité administrative. Quant à la faiblesse du résultat sur le sujet de la transmission et de la reprise, il démontre que les entrepreneurs ne pensent pas encore à transmettre leurs entreprises avant d'en avoir assuré le développement ».

Hervé Novelli rappelle les nombreuses mesures structurelles engagées par le Gouvernement depuis un an et demi pour renforcer la compétitivité des entreprises françaises ainsi que le Plan de Soutien au financement des PME.

En réponse à plusieurs questions sur les effets de seuil, Hervé Novelli insiste sur un chantier important en 2009 visant à favoriser la naissance d'entreprises de plus grande taille : après la reconnaissance en 2008 dans la Loi de Modernisation de l'Economie de la définition d'**entreprise de taille intermédiaire (entre 250 et 5000 salariés)**, il sera proposé à ces entreprises des mesures de soutien et d'accompagnement spécifiques à leur croissance.

« Vous êtes la preuve qu'innovation et développement à l'international sont un vrai investissement pour l'avenir ! », souligne François Drouin. **« Vous pouvez compter sur OSEO. Nul ne sait combien de temps la crise va durer, mais ce qui est sûr, c'est qu'OSEO ne vous lâchera pas dans la tourmente. Les témoignages entendus ce soir ont été si riches qu'il serait important de continuer à les faire vivre. Nous trouverons une formule pour poursuivre la relation avec le formidable panel que vous constituez ».**

Et Hervé Novelli de conclure **« C'est un bol d'optimisme que l'on est venu prendre ici. Les capacités de développement et de croissance de nos entreprises sont les moteurs de notre économie. Le Gouvernement mettra tout en œuvre pour assurer son rebond ».**

Oser Entreprendre

200 entrepreneurs d'exception
dialoguent avec leur Ministre

Mardi 18 novembre 2008

oseo.fr