



HAL
open science

La création de start-up au sein d'une Pépîte (Pôle Étudiant pour l'innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat). Le cas particulier du Pépîte oZer

Lauranne Lenoir

► To cite this version:

Lauranne Lenoir. La création de start-up au sein d'une Pépîte (Pôle Étudiant pour l'innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat). Le cas particulier du Pépîte oZer. Gestion et management. 2016. dumas-01449126

HAL Id: dumas-01449126

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01449126>

Submitted on 30 Jan 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



Rapport de diagnostic

La création de start-up au sein d'un Pépité (Pôle Etudiant pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat).

Le cas particulier du Pépité oZer.



Présenté par : LENOIR Lauranne

Nom de l'entreprise : Pépité Ozer & OpenCar

Tuteur entreprise : LECOMTE Bertile & FANTIN François

Tuteur universitaire : DISLE Charlotte

**Master 1 Management
Parcours Entrepreneuriat et Innovation
2015 - 2016**



Rapport de diagnostic

La création de start-up au sein d'un Pépité (Pôle Etudiant pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat).

Le cas particulier du Pépité oZer.



Présenté par : LENOIR Lauranne

Nom de l'entreprise : Pépité Ozer & OpenCar

Tuteur entreprise : LECOMTE Bertile & FANTIN François

Tuteur universitaire : DISLE Charlotte

Master 1 Management
Parcours Entrepreneuriat et Innovation
2015 - 2016



Avertissement :

L'IAE de Grenoble, au sein de l'Université Grenoble Alpes, n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les mémoires des candidats aux masters : ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Tenant compte de la confidentialité des informations ayant trait à telle ou telle entreprise, une éventuelle diffusion relève de la seule responsabilité de l'auteur et ne peut être faite sans son accord.

DÉCLARATION ANTI-PLAGIAT

Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.

Je m'engage sur l'honneur à signaler, dans le présent mémoire, et selon les règles habituelles de citation des sources utilisées, les emprunts effectués à la littérature existante et à ne commettre ainsi aucun plagiat.

LENOIR Lauranne

2/06/2016

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LENOIR', is written over a faint, rectangular stamp or watermark.

L'AUTEUR

Je soussigné(e) : Lauranne LENOIR

Courriel pérenne : lauranne.lenoir@wanadoo.fr

Attention : courriel à signaler si vous souhaitez le diffuser sur DUMAS

N'AUTORISE PAS la diffusion de mon mémoire

AUTORISE la diffusion de mon mémoire en texte intégral sur la base DUMAS
(Diffusion sur le web et accessibilité libre et universelle)

Diffusion immédiate du mémoire

Diffusion différée du mémoire : date de mise en ligne :
(Embargo possible sur l'accès au texte intégral entre 15 jours et 10 ans
Pendant cette période, seule une notice bibliographique est visible)

Je certifie que :

- mon mémoire est exempté d'éléments non libres de droit ou qui pourraient porter atteinte au respect de la vie privée.
- conformément à la loi "Informatique et libertés" du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, je pourrai à tout moment demander modifier l'autorisation de diffusion que j'ai donnée par l'envoi d'une simple lettre ou un courriel au service documentaire de l'IAE.
- je renonce à toute rémunération pour la diffusion effectuée dans les conditions précisées ci-dessus.
- j'agis en l'absence de toute contrainte.

Fait à Grenoble, le 2 juin 2016

Signature de l'étudiant(e)
Précédée de la mention « bon pour accord »

Bon pour accord.


SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	8
FICHE D'IDENTITÉ	9
INTRODUCTION	10
PARTIE 1: - DANS QUEL ENVIRONNEMENT LES PÉPITE AGISSENT-ILS ?	11
CHAPITRE 1 – L'ENTREPRENEURIAT : UN DOMAINE EN MUTATION	12
I. Les différents dispositifs d'accompagnement en faveur de l'entrepreneuriat	12
II. Le développement de l'entrepreneuriat au service des étudiants	14
CHAPITRE 2 – PÉPITE FRANCE : UN FONCTIONNEMENT BIEN SPÉCIFIQUE.....	16
I. Le fonctionnement commun des Pépité.....	16
II. Le processus de candidature.....	18
III. Les spécificités propres à chaque Pépité	18
CHAPITRE 3 – LA RÉGION AUVERGNE-RHONE-ALPES : UN TERRITOIRE DYNAMIQUE	20
I. L'entrepreneuriat et l'innovation au cœur de l'action	20
II. L'existence de trois Pépité au sein de la région	21
PARTIE 2 - QUELLES SONT LES CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES LIÉES AU DÉVELOPPEMENT DES START-UP ?	24
CHAPITRE 4 – LA CRÉATION DE START-UP : DIVERSES ÉTAPES PRIMORDIALES	25
I. Les caractéristiques communes des start-up	25
II. La cohérence idée / projet personnel	25
III. L'étude de marché et le business plan	26
IV. Le lancement du projet sur le marché.....	29
V. La création de l'entreprise.....	31
CHAPITRE 5 – LES ÉTUDIANTS PORTEURS DE PROJET : DIFFÉRENTS BESOINS A COMBLER	32
I. Des besoins en compétences et expériences.....	32
II. Des besoins en termes de réseaux	32
PARTIE 3 - QUELS SONT LES APPORTS DU PÉPITE OZER AUX ÉTUDIANTS CRÉATEURS ET A LEURS PROJETS ?	34
CHAPITRE 6 – L'ACCES A UN ENVIRONNEMENT FAVORABLE A LA CRÉATION	35
I. Un espace de travail comme soutien	35
II. Un aménagement adéquat.....	36
CHAPITRE 7 – L'ACQUISITION D'UN ACCOMPAGNEMENT PROFESSIONNEL.....	37
I. Un suivi individuel et personnalisé	37
II. Un accompagnement collectif.....	38
CHAPITRE 8 – LA MISE A DISPOSITION D'UN PROGRAMME VARIÉ ET OPPORTUN	39
I. Des événements organisés au sein du Pépité oZer.....	39
II. Des opportunités externes	40
PRÉCONISATIONS	42
CONCLUSION	43
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE	44
SOMMAIRE DES ANNEXES	46

REMERCIEMENTS

Je voudrais tout d'abord remercier le Pépite oZer Grenoble et particulièrement Bertile Lecomte, chargée d'accompagnement des étudiants entrepreneurs, pour m'avoir accueillie pour ces trois mois passés au sein de la structure. Bertile m'a permis de recueillir de précieuses informations concernant le statut d'étudiant entrepreneur et le fonctionnement du Pépite oZer.

Je souhaite remercier également les deux start-up pour lesquelles j'ai eu l'opportunité de travailler : EazyShop avec David Bidard et Alexandre Compain, et OpenCar avec François Fantin, Paul Feipeler et Lucas Durand. Ils m'ont fait confiance dans mon travail et m'ont permis de prendre des initiatives et des responsabilités dans des domaines dans lesquels je ne pensais pas avoir les compétences pour réussir. J'ai ainsi pu prendre moi-même confiance en mes capacités.

Mes remerciements vont aussi vers tout l'ensemble des start-up qui travaillaient quotidiennement avec moi au sein de l'espace de coworking, pour leur accueil, leur aide, et l'ambiance sympathique qu'ils ont apportée chaque jour. Ils m'ont également rendu service dans l'écriture de ce rapport en m'accordant leurs témoignages.

Pour finir, je remercie particulièrement ma tutrice universitaire, Charlotte Disle, pour sa disponibilité et sa réactivité ainsi que pour les conseils et les pistes de réflexion qu'elle m'a accordés. Je remercie par la même occasion l'ensemble du département du master management pour tous les enseignements précieux que j'ai eu la chance de suivre et pour toutes les connaissances et compétences que j'ai pu acquérir durant cette année en parcours Entrepreneuriat et Innovations.

FICHE D'IDENTITÉ

ENTREPRISES	<p>Le Pépite oZer Grenoble avec :</p> <ul style="list-style-type: none">❖ EAZYSHOP : La plateforme collaborative qui met en relation les particuliers pour la livraison de leurs courses.❖ OPENCAR : La première plateforme de covoiturage local et 100% gratuit.
ADRESSE	<p>Pépite oZer Grenoble COMUE UGA 11 rue des Mathématiques 38400 SAINT-MARTIN-D'HERES</p>
DURÉE ET DATES	<p>3 mois : du 25 avril au 3 juin chez EazyShop et du 6 juin au 15 juillet chez OpenCar.</p>
MAITRES DE STAGE	<p>Bertile Lecomte, chargée d'accompagnement des étudiants entrepreneurs bertile.lecomte@univ-grenoble-alpes.fr 0476828488</p> <p>François Fantin, Président d'OpenCar francois@opencar-grenoble.fr 0762301417</p>
TUTEUR UNIVERSITAIRE	<p>Charlotte Disle Charlotte.disle@iae-grenoble.fr 0476825613</p>
MISSIONS	<ul style="list-style-type: none">❖ Reprise du business plan d'EazyShop, améliorations et ajouts de nouvelles idées.❖ Augmenter la visibilité des start-up sur les réseaux sociaux avec la définition d'une stratégie au préalable.❖ Créations graphiques : deux plaquettes commerciales (une pour chacune des start-up), un flyer pour EazyShop et des visuels pour les publications sur Facebook.❖ Prospections commerciales de nouveaux partenaires par mail puis par téléphone pour arranger des rendez-vous. Aller à ces rendez-vous et fidéliser les clients démarchés.❖ Préparation d'un plan de communication de rentrée pour OpenCar avec l'organisation de quelques unes des actions prévues.

INTRODUCTION

Selon l'INSEE, 525 000 entreprises ont été créées en France en 2015, ce qui place l'Hexagone en tant que leader européen de la création d'entreprises. Au premier trimestre 2016, la France fut également le pays d'Europe dans lequel les investissements de lancement aux start-up ont été les plus élevés, selon le site Tech.eu. Il n'y a aucun doute, le gouvernement français réussit petit à petit son pari quant à son souhait d'agir en faveur de l'entrepreneuriat. Les Assises de l'entrepreneuriat, s'étant tenues du 14 janvier au 29 avril 2013, avaient effectivement pour but « d'encourager la création, le développement des entreprises, et la rémunération de l'investissement au service de l'emploi »¹ afin d'atteindre une économie toujours plus innovante et productive.

C'est lors de ces Assises organisées par le gouvernement que furent créés les Pépites (Pôles Etudiants pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat), accompagnés par le statut étudiant-entrepreneur, qui rentrent alors dans le panel de plus en plus développé des dispositifs présents pour favoriser la création et la réussite des entreprises françaises. **[Partie 1, Chapitre 1]** Chaque Pépité présent sur le territoire fait alors partie du réseau national Pépité France dont le rôle est de coordonner ces entités qui suivent toutes la même charte ministérielle. **[Partie 1, Chapitre 2]** Parmi les 29 Pépites, 3 se partagent la région Auvergne-Rhône-Alpes, elle-même s'imposant comme étant primordiale en termes d'entrepreneuriat de par son grand dynamisme. **[Partie 1, Chapitre 3]**

Ainsi, au sein de ces différents pôles se côtoient des étudiants porteurs d'idée ou de projet, cherchant à se faire une place dans cet univers en pleine expansion qu'est l'univers des start-up. Pour se faire, les créateurs se voient confrontés à la réalisation de diverses étapes essentielles au montage de leur projet. **[Partie 2, Chapitre 4]** Néanmoins, être étudiant signifie également souvent un manque d'expérience, de financement ou encore de réseaux, ce qui constitue de réels besoins que chacun d'entre eux espère combler. **[Partie 2, Chapitre 5]**

C'est ici que les services proposés par les Pépites prennent tout leur sens puisqu'ils permettent de répondre aux problématiques rencontrées par les étudiants en leur offrant principalement un accès à un environnement favorable à la création **[Partie 3, Chapitre 6]**, en leur donnant la possibilité de profiter d'un accompagnement professionnel **[Partie 3, Chapitre 7]**, et en mettant à leur disposition un programme varié et opportun. **[Partie 3, Chapitre 8]**

En partant de ces différents constats et en s'appuyant sur diverses sources et expériences personnelles associées à l'entrepreneuriat, ce rapport de diagnostic aura pour but de répondre à la question suivante :

Dans quelles mesures les étudiants-entrepreneurs peuvent tirer avantage d'un Pépité (Pôle Etudiant pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat) dans la création de leur start-up ?

L'analyse de l'environnement des Pépites dans un premier temps, mènera ensuite au recensement des caractéristiques liées au développement des start-up, pour enfin déterminer quels apports sont attribués aux étudiants créateurs au sein de ces pôles, avec le cas particulier du Pépité oZer situé à Grenoble.

¹ <http://www.gouvernement.fr/action/l-entrepreneuriat>



PARTIE 1:

-

DANS QUEL ENVIRONNEMENT LES PÉPITE AGISSENT-ILS ?

Cette première partie servira d'état des lieux de l'environnement des Pépites, avec un zoom sur la région Auvergne-Rhône-Alpes, dans le but de comprendre dans quels buts et circonstances ont été créés ces pôles ainsi que de pouvoir analyser la manière dont ils fonctionnent.

CHAPITRE 1 – L'ENTREPRENEURIAT : UN DOMAINE EN MUTATION

Depuis maintenant quelques années, les gouvernements tentent de valoriser la création des entreprises car la génération de nouveaux business équivaut à la génération de nouveaux emplois et donc à l'augmentation de la croissance. Pour cela, différents dispositifs ont été mis en place afin d'encourager les entrepreneurs dans leur création ou dans le développement de leur entreprise déjà existante, et notamment les dispositifs liés à l'accompagnement. [Chapitre 1, I.]

Ensuite ce fut au tour des étudiants d'attirer l'attention des pouvoirs publics qui ont vu en eux un véritable potentiel de croissance. C'est alors que fut développé l'entrepreneuriat au service des étudiants, eux-mêmes en quête d'accompagnement pour leurs projets. [Chapitre 1, II.]

I. LES DIFFÉRENTS DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT EN FAVEUR DE L'ENTREPRENEURIAT

Entre le manque de local pour travailler et le manque de connaissances ou de compétences, les entrepreneurs font souvent face à certaines difficultés dans la création de leur entreprise. C'est pourquoi différentes structures se sont créées afin d'apporter principalement à la fois hébergement et accompagnement. Quatre structures pourraient résumer l'ensemble de ce type de dispositifs : les couveuses, les incubateurs, les accélérateurs et les pépinières. Bien que toutes disposées à aider les créateurs dans leur projet, elles disposent chacune de particularités et de caractéristiques qui leur sont propres, tout comme elles se trouvent utiles à différents moments du développement de l'entreprise.

Premièrement, les couveuses apparaissent au début du processus, avant que l'entreprise ne soit créée, dans le but de tester le projet sur le marché. Les créateurs profitent ainsi du cadre administratif et juridique pour avancer dans le développement de leurs idées.

Ensuite, les incubateurs permettent aux créateurs de travailler sur le lancement de leur entreprise ou de se développer lors des premiers mois/années d'existence. Le soutien et les services apportés rendent alors possible le passage de porteur d'idée à porteur de projet.

D'une manière similaire, les accélérateurs interviennent pour aider les créateurs à se lancer et se distinguent de par l'accès à de nombreuses formations et la possibilité de trouver des investisseurs.

Enfin, les pépinières prennent leur sens dans une phase plus mature du projet dans le but de renforcer le soutien aux nouveaux créateurs et pour faciliter la phase de démarrage de l'entreprise. Le suivi, collectif ou individuel, s'effectue de manière régulière afin d'assurer la pérennité des entreprises hébergées.

Voici un tableau récapitulatif des différentes caractéristiques et spécificités de chaque structure² :

² Source : <http://www.lentreprise.lexpress.fr/>

<p>Couveuse</p> <p>❖ C'est quoi ? Structure qui permet de tester son projet avant de créer juridiquement son entreprise.</p> <p>❖ Pour qui ? Les porteurs de projets qui n'ont pas encore créé juridiquement leur entreprise.</p> <p>❖ Pendant combien de temps ? 12 mois (renouvelable 2 fois).</p> <p>❖ Pourquoi y aller ? Pour tester son projet, se confronter à la réalité du marché et apprendre le métier de chef d'entreprise.</p> <p>❖ Quels sont les services proposés ? Hébergement, coaching individualisé, sessions collectives de formation sur la gestion, les aspects commerciaux, marketing...</p> <p>❖ Comment on y rentre ? Dossier de candidature soumis à un comité de sélection.</p> <p>❖ Quelles sont les particularités ? - Le porteur de projet signe avec la couveuse un Cape (contrat d'appui aux projets d'entreprise) d'une durée maximale de 12 mois, renouvelable 2 fois. Ce contrat lui permet de conserver tous ses droits, notamment ses indemnités chômage. - Le créateur peut vendre ses produits et facturer ses prestations avec le numéro de Siret de la couveuse.</p> <p>❖ Tarif (variable selon les régions et le type de structures) Généralement gratuit car pris en charge par divers organismes publics. Une contribution (environ 5% du chiffre d'affaires HT) ou une somme déterminée par mois, peut être facturée au titre des frais de gestion.</p>	<p>Incubateur</p> <p>❖ C'est quoi ? Structure d'accueil en amont de la création ou au cours de la vie de l'entreprise.</p> <p>❖ Pour qui ? Les créateurs de projets innovants (biotech, santé, recherche, sciences de la vie, environnement ...) depuis la phase amont des démarches jusqu'aux premiers mois d'activité.</p> <p>❖ Pendant combien de temps ? 1 à 3 ans.</p> <p>❖ Pourquoi y aller ? Pour nouer des synergies avec les acteurs de la recherche ou de l'industrie, mûrir son projet, et le transformer en entreprise performante.</p> <p>❖ Quels sont les services proposés ? Hébergement, mise à disposition de matériels et de services, conseils, aide à la recherche de financements, mise en relation avec des investisseurs...</p> <p>❖ Comment on y rentre ? Sélection sur dossier soumis à un comité de sélection.</p> <p>❖ Quelles sont les particularités ? Il existe plusieurs catégories d'incubateurs : incubateurs publics, incubateurs d'entreprises, incubateurs de grandes écoles... Au total, on dénombre environ 220 structures.</p> <p>❖ Tarif (variable selon les régions et le type de structures) - Accès locaux + prestations de services généraux : de 150 à 500€/mois. - Prestation d'accompagnement (mise en relation investisseurs, formation, coaching) : de 500 à 1 000€/mois.</p>
<p>Accélérateur</p> <p>❖ C'est quoi ? Structure qui propose un programme de formation pour développer son entreprise.</p>	<p>Pépinière</p> <p>❖ C'est quoi ? Structure de soutien, d'accueil et lieu d'échanges entre entrepreneurs.</p>

<p>❖ Pour qui ? Les créateurs de start-up à fort potentiel avec un modèle disruptif ou nouveau dans les domaines du digital, des objets connectés, du big data, de la vidéo...</p> <p>❖ Pendant combien de temps ? De quelques semaines à quelques mois.</p> <p>❖ Pourquoi y aller ? Pour apprendre à se développer rapidement, à pitcher et à lever des fonds.</p> <p>❖ Quels sont les services proposés ? Mentorat et sessions de formation pour apprendre les techniques de pitch et accélérer la phase de croissance.</p> <p>❖ Comment on y rentre ? Dossier de candidature soumis à un comité de sélection.</p> <p>❖ Quelles sont les particularités ? Il est fréquent que les accélérateurs investissent dans les entreprises accompagnées ou prennent des parts dans le capital.</p> <p>❖ Tarif (variable selon les régions et le type de structures) Généralement gratuit. En échange, les accélérateurs exigent une part au capital, comprise entre 8 et 15 %.</p>	<p>❖ Pour qui ? Tous les créateurs d'entreprise de moins de 3 ans.</p> <p>❖ Pendant combien de temps ? 1 à 3 ans (jusqu'à 5 ans dans certaines pépinières).</p> <p>❖ Pourquoi y aller ? Pour trouver en hébergement en phase de démarrage et se faire accompagner dans le développement du projet.</p> <p>❖ Quels sont les services proposés ? Hébergement, soutien technique, financier, juridique, mutualisation des services (Internet, accueil, logistique...).</p> <p>❖ Comment on y rentre ? Dossier de candidature soumis à un comité de sélection.</p> <p>❖ Quelles sont les particularités ? Synergies importantes entre les entrepreneurs hébergés qui peuvent rompre la solitude de départ et faire du business ensemble.</p> <p>❖ Tarif (variable selon les régions et le type de structures) Coût au mètre carré (exemple : 56 € HT/m²/an du 1er du 6ème mois inclus à Nantes Créatic).</p>
--	--

II. LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT AU SERVICE DES ÉTUDIANTS

En 2013, 2,4 millions d'étudiants suivaient une formation dans l'enseignement supérieur en France, un chiffre qui a retenu l'attention du gouvernement souhaitant sensibiliser les étudiants à l'entrepreneuriat. Selon l'Etat, ces futurs businessmen représentent un réel atout pour valoriser l'économie française puisqu'ils seraient « plus à même de créer des entreprises innovantes, [qu'ils] ouvriront de nouveaux marchés, et apporteront à notre société les produits et services de demain générateurs de progrès pour tous » ; comme le défendait Geneviève Fioraso lors de son discours du 22 octobre 2013. Secrétaire d'Etat chargée de l'Enseignement supérieur et de la Recherche entre 2012 et 2015, elle affirme également que plus le degré de diplôme des jeunes fondateurs est élevé, plus leurs entreprises se développent vite, ce qui est effectivement soutenu par les différentes études ayant été réalisées sur ce sujet.

Avant 2013, cette sensibilisation à l'entrepreneuriat avait déjà commencé avec d'abord des cours inclus dans les formations ainsi qu'avec la création de plusieurs incubateurs attirés à diverses écoles tels que l'incubateur « Descartes » à Marne-la-Vallée ou celui de l'université de Rennes 1 appelé « Incube ». Aussi, 23 Pôles de l'Entrepreneuriat Etudiant (P.E.E.) avaient été mis en place en 2010 et rassemblaient 227 établissements en 2013, ce qui représentait 1,1 million d'étudiants et près de 350 partenaires. 8 000 étudiants ont également pu obtenir un diplôme en lien avec l'entrepreneuriat ou l'innovation.

Cependant, ces actions n'ont pas suffi pour satisfaire le gouvernement qui a décidé d'élargir le champ des possibles en 2013 lors des Assises de l'Entrepreneuriat, avec pour missions d'atteindre encore plus d'étudiants dans l'enseignement supérieur, toutes filières confondues, et que ces derniers créent ou reprennent un total de 20 000 entreprises.

Les Assises ont ainsi donné lieu à quatre axes de développement.

« **La généralisation des formations à l'entrepreneuriat et à l'innovation** » eu pour but de favoriser une certaine reconnaissance des différentes formations avec davantage de sensibilisation au niveau Licence ; davantage d'enseignements inculquant les outils, compétences, connaissances nécessaires à la création d'une entreprise ; des projets de création reconnus en valeur de crédits E.C.T.S. ; et l'accès à une diversité d'intervenants professionnels dans les formations à visée entrepreneuriale.

« **Le lancement d'un appel à projet Pépité** » visa la création d'une trentaine de structures ratisant l'ensemble des Communautés d'universités et d'établissements (COMUE) du territoire. En partenariat avec les établissements, les collectivités et les entreprises de leurs écosystèmes, les Pépité furent dès lors créés tels que des incubateurs ou espaces de coworking dans le but de favoriser « le travail collaboratif, l'expérimentation et le travail de groupe autour d'un projet de création d'activités »³.

« **La création d'un statut d'étudiant-entrepreneur** » permit d'assouvir le souhait de pousser les étudiants à créer leur propre entreprise pendant leurs études, de par un statut protecteur offrant une reconnaissance nationale via la validation de crédits E.C.T.S. et l'obtention d'un diplôme, et permettant l'accès à un accompagnement professionnel.

« **La mise en œuvre d'un prix intitulé Tremplin Entrepreneuriat Etudiant** » eu pour objectif d'inscrire les projets créés au sein des Pépité au concours national d'aide à la création d'entreprises innovantes, organisé par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et la Recherche depuis 1999. Un soutien financier spécifique fut ainsi l'objet de ces prix Tremplin afin de récompenser les meilleurs projets issus des Pépité.

En juin 2015, un premier bilan a pu se tirer de ce plan d'action. 100 000 étudiants ont pu être sensibilisés à l'entrepreneuriat, 29 Pépité se sont créés en France, 50 projets furent proclamés lauréats du prix Tremplin Entrepreneuriat Etudiant, et 643 étudiants se sont vus doter du statut d'étudiant-entrepreneur sur 926 candidatures. Un démarrage positif et prometteur selon Jean-Pierre Boissin, nommé coordinateur national des Pépité par Geneviève Fioraso, bien que timide par rapport aux objectifs fixés pour 2017, à savoir l'atteinte de 20 000 entrepreneurs étudiants.

³ Discours de Geneviève Fioraso

CHAPITRE 2 – PÉPITE FRANCE : UN FONCTIONNEMENT BIEN SPÉCIFIQUE

Comme vu précédemment, le développement de l'entrepreneuriat a permis de créer un réseau nommé Pépite France. Il serait maintenant intéressant d'analyser cette structure nationale plus en détail de par un diagnostic interne et externe [Chapitre 2, I.] et une explication du déroulement des candidatures [Chapitre 2, II.]. Chaque Pépite présentant certaines spécificités, il semble également nécessaire de les distinguer à travers une analyse des critères de différenciation. [Chapitre 2, III.]

I. LE FONCTIONNEMENT COMMUN DES PÉPITE

Le réseau Pépite France constitue d'une certaine manière la maison mère des 29 structures présentes sur le territoire. Sa vocation est ainsi de coordonner tous les Pépite qui eux-mêmes s'appuient sur la charte ministérielle éditée en 2014 à l'occasion de la mise en place des axes de développement entrepreneuriaux. Les Pépite se retrouvent donc unifiés quant à leur manière globale de fonctionner. Cependant, étant tous différents, chacun a la possibilité de gérer sa gestion interne en concordance avec les particularités de sa propre structure. [CF partie 1, chapitre 2, III.] Quoi qu'il en soit, les missions des Pépite demeurent les mêmes : former à la création d'entreprise ; sensibiliser chaque étudiant du territoire, même ceux suivant une formation éloignée de l'entrepreneuriat ; et accompagner les étudiants qui désirent monter leur projet. Au sein-même des locaux, le défi des Pépite réside en la possibilité de mélanger les étudiants entre eux afin d'arriver à une population multi-formations. Cela représente effectivement un grand avantage pour les étudiants qui se voient dès lors fournir un carnet d'adresse varié, ce qui forme ainsi une richesse quant aux transferts de compétences multiples s'effectuant au quotidien.

Selon Bertile Lecomte, actuellement chargée de mission accompagnement des Etudiants-Entrepreneurs au Pépite oZer de Grenoble, il serait trop réducteur de parler du Pépite comme d'un seul espace immobilier. En effet, les structures apportent un panel global de prestations telles que des formations à la création, de l'accompagnement individuel, une préparation aux divers concours entrepreneuriaux, des séminaires, ou encore une sensibilisation apportée aux étudiants du campus.

Surtout, le statut étudiant-entrepreneur donne la possibilité de valider un diplôme, appelé D2E (Diplôme d'établissement étudiant-entrepreneur), dès la fin de la période de labellisation en septembre. Le statut s'obtient pour une année scolaire, débutant en juin ou en septembre et peut ensuite être renouvelé. Le diplôme n'est pas obligatoire mais permet aux étudiants de bénéficier de nombreux avantages. Il se présente comme un complément d'études mais n'ajoute aucun cours traditionnel aux étudiants puisqu'il constitue plutôt un accès à un accompagnement individualisé présent dans le but d'augmenter connaissances et expériences pour faciliter le montage du projet. Pour cela, deux tuteurs se trouvent associés aux étudiants : un académique et un praticien. Les étudiants ont la possibilité de choisir leur tuteur académique parmi des enseignants de leur formation par exemple, et le tuteur praticien, lui, peut provenir du milieu dans lequel se trouve l'étudiant. Si ce dernier ne bénéficie pas de réseau particulier, les Pépite

proposent un professionnel en concordance avec le type de la start-up et les besoins de l'étudiant. Pour valider le diplôme, l'étudiant doit assister à trois rendez-vous dans l'année avec ses tuteurs et participer à au moins trois formations ainsi qu'aux week-ends régionaux organisés. Pour finir, une évaluation est également mise en place sous la forme d'un business plan et d'une soutenance, et bien sûr plus globalement au regard de l'engagement de l'étudiant tout au long de l'année. Le business plan est la partie plus sérieuse de l'évaluation puisqu'il traite de l'état du projet et du côté factuel. A l'inverse, la soutenance se matérialise plutôt comme un rendez-vous bilan pendant lequel l'étudiant analyse son parcours avec une comparaison entre le point de départ et le point d'arrivée, tout cela composé des différents moments de difficultés et des diverses personnes rencontrées.

Pour résumer, ce D2E constitue un avantage certain pour les étudiants-entrepreneurs dans la mesure où ils peuvent troquer leur stage de fin d'année contre une imprégnation totale de leur projet entrepreneurial ; leurs études peuvent être aménagées à la manière des sportifs de haut niveau ; leur diplôme peut être reconnu dans leur formation sous la forme de crédits E.C.T.S. ; et enfin, leur couverture sociale et leur droit aux bourses se voient prolongés si les créateurs sont des jeunes diplômés de moins de 26 ans.

Sensibiliser et communiquer sont bien les maîtres mots pour développer davantage l'entrepreneuriat en France. Pour se faire connaître auprès des porteurs de projet, les Pépites utilisent donc de nombreux moyens de communication tels que les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Youtube), le montage de vidéos diffusées auprès des enseignants en entrepreneuriat, l'organisation et la participation aux événements de la création d'entreprise, et le web avec un site internet Pépité France et différents sites représentant chaque Pépité. Néanmoins, malgré leurs efforts en communication, au niveau global les Pépites ne parviennent à toucher que très peu d'étudiants par rapport à ce qu'ils pourraient. Le gouvernement a donc à cœur le développement du statut étudiant-entrepreneur notamment auprès des familles qui se doivent d'être rassurées quant à l'argent qu'elles investissent dans les études de leurs enfants. Le but ici est de leur faire prendre conscience que créer une entreprise ne signifie pas un arrêt des études et que le rôle des Pépites est également de protéger le cadre études/start-up de l'étudiant. A un horizon plus lointain, un des objectifs du ministère serait également d'ouvrir ce statut à l'Europe afin d'augmenter sa reconnaissance et sa visibilité.

Concernant la concurrence, les Pépites n'ont que très peu d'adversaires capables de leur faire de l'ombre. Premièrement et simplement grâce au support de l'Etat et des acteurs comme Jean-Pierre Boissin qui rendent cette initiative ministérielle crédible et digne de confiance. Aussi, il se trouve que la typologie de la population concernée par les Pépites est bien spécifique et différente des espaces de coworking ou structure d'accompagnement présents sur le territoire. En effet, ces derniers concentrent en leur sein beaucoup d'indépendants ou d'architectes par exemple, mais peu de start-up ou en tout cas très peu d'étudiants. Le statut d'étudiant-entrepreneur apporte également des avantages inégalables tels que l'obtention d'un diplôme, le jonglage possible entre cours et projet, ou encore l'accès à l'espace de coworking de manière gratuite. Plus encore, les Pépites accueillent des projets en phase de micro amorçage et certains d'entre eux ne verront d'ailleurs jamais le jour. C'est ainsi que les autres espaces de coworking

ou structures d'accompagnement ne s'apparenteraient plus véritablement à des concurrents mais plutôt à des « repreneurs de flambeaux » puisqu'ils seront les premiers vers qui les futurs businessmen se tourneront dans leurs phases de maturité plus avancées.

II. LE PROCESSUS DE CANDIDATURE

Le processus de candidature au statut d'étudiant-entrepreneur se déroule en plusieurs étapes. D'abord, le candidat doit télécharger le dossier présent en ligne à partir du mois de mai qu'il remplit et envoie par e-mail. Le comité territorial d'engagement du Pépité est alors en charge de l'instruction du dossier avant la validation par le ministère chargé de l'enseignement supérieur et de la recherche. La deuxième étape consiste en un passage à l'oral devant un jury composé d'acteurs de l'économie tels que des banquiers, des enseignants, ou encore des chargés de missions d'accompagnement dans d'autres structures. En annexe est présenté un schéma récapitulatif d'une année au sein d'un Pépité. [\[Annexe n°1 p.47\]](#)

Ainsi, tous les étudiants en cours d'études ou jeunes diplômés de moins de 3 ans, c'est-à-dire de moins de 28 ans en priorité, sont éligibles au statut, peu importe le domaine de formation dans lequel ils se trouvent. Le niveau minimum requis est le niveau BAC, ce qui permet de ne pas désavantager les personnes ne souhaitant pas faire d'études, car les bonnes idées peuvent se trouver à tout niveau. Ces candidats doivent avoir un projet réel de création d'entreprise ou d'association. Les étudiants en formation avec un projet de « micro activité » n'ont pas l'obligation de se préparer au D2E mais cela est vivement conseillé. Les étudiants en formation avec un projet « innovant et/ou à potentiel de création d'emplois » et les jeunes diplômés ont, eux, l'obligation de suivre le D2E. Les publics de plus de 28 ans et les jeunes ressortissants du BAC disposent d'un traitement particulier : les premiers perçoivent des dispositifs et des tarifs spécifiques en fonction des Pépité ; et les seconds accèdent à un accompagnement sur deux ans dans le but de valider le D2E.

Les critères d'éligibilité sont identiques pour chaque Pépité en regard de la charte ministérielle de labellisation mise en place. Trois critères sont décisifs : la motivation du porteur de projet, le réalisme et l'ambition du projet, c'est-à-dire l'ampleur potentielle qu'il peut prendre sur les marchés nationaux et/ou internationaux.

Après deux ans d'existence, un premier profil type peut être établi pour les jeunes inscrits dans les établissements du Pépité : selon Jean-Pierre Boissin, dans huit cas sur dix, ces jeunes seraient des hommes d'une vingtaine d'années encore en formation. Néanmoins, aucune restriction n'entre en jeu et le constat d'un panel de formations et d'âges différents peut également être établi.

III. LES SPÉCIFICITES PROPRES A CHAQUE PÉPITE

Maintenant que les principaux éléments d'uniformisation du fonctionnement et des procédures ont été décrits, il semble intéressant de constater que chaque Pépité présente pourtant certaines spécificités qui leur sont propres.

Premièrement, l'**ancienneté** de ces structures diffère de par les solutions préexistantes à la mise en place des Pépité en 2014. Par exemple, le Pépité oZer de Grenoble fut transformé sur la

base existante de la « Maison de l'Entrepreneuriat » opérant depuis 12 ans. D'autres structures, elles, se sont créées uniquement à l'initiative du gouvernement et n'existe alors que depuis 2 ans au maximum. Cela engendre alors des différences quant à l'expérience du terrain, aux réseaux qui sont plus ou moins développés, ou tout simplement à la visibilité auprès des acteurs de la région concernée.

Les équipes sont ensuite variables puisque certaines sont composées d'une seule personne tandis que d'autres s'imposent sur le territoire avec plus de 5 personnes travaillant à plein temps. Cela va souvent de pair avec la variété des activités et événements organisés puisqu'une équipe plus grande pourra gérer plus de tâches sur une même période donnée.

Le nombre d'étudiants inscrits varie également beaucoup. A Grenoble, un des plus gros Pépites, 107 étudiants étaient présents cette année quand d'autres Pépites n'atteignent pas même la moitié. Ce nombre est généralement fonction du **nombre d'étudiants présents sur les campus** des régions (par exemple 150 000 à Lyon/Saint-Etienne contre 32 000 en Champagne-Ardenne), de l'ancienneté du Pépité, ou encore de la communication externe mise en place.

Certains Pépites sont alors dotés de **locaux de coworking** plus ou moins grands : certains disposent de 5 places assises pendant que d'autres en jouissent d'une cinquantaine.

D'autres spécificités peuvent se remarquer telles que le **nombre de partenaires** ou le **nombre d'universités et écoles rattachées** à un Pépité. Ainsi, un grand campus tel que celui de Grenoble (environ 60 000 étudiants) va compter 12 universités et écoles dans son périmètre et 23 partenaires, alors qu'un campus plus succinct comme celui du PACA (environ 48 étudiants) va rassembler 6 universités et 16 partenaires.

Il est néanmoins difficile d'établir un constat simple et logique pour chaque Pépité concernant la taille et le rayonnement de sa structure, puisque chacun dépend de divers éléments les influençant directement ou indirectement. Appartenant tous au même réseau, les Pépites en profitent pour s'entraider et s'échanger des bonnes pratiques à travers des prises de contact personnelles ou lors d'événements rassembleurs organisés par Pépité France comme les Team Building.

CHAPITRE 3 – LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES : UN TERRITOIRE DYNAMIQUE

Entreprendre dans la région Auvergne-Rhône-Alpes signifie avoir accès à de nombreux dispositifs d'aide et d'accompagnement et surtout faire partie d'une région dynamique à fort caractère innovant. **[Chapitre 3, I.]** C'est ainsi que trois Pépites se partagent le territoire, chacun avec des attributs différents mais bénéficiant d'un grand réseau favorisant leur expansion. **[Chapitre 3, II.]**

I. L'ENTREPRENEURIAT ET L'INNOVATION AU CŒUR DE L'ACTION

Avant la fusion effective des régions, la région Rhône-Alpes fut désignée en 2014 comme une des trois régions où il fait bon d'entreprendre, aux côtés de l'Alsace et de la Bretagne. Cette étude menée par StarOfService fut réalisée auprès de plus de 22 500 dirigeants d'entreprises qui ont alors sélectionné ces régions en fonction de l'attractivité, l'accueil, et l'environnement de leurs régions, départements et villes quant à la création d'entreprises et aux réglementations.

Au sein de la région, Grenoble est souvent considérée comme attrayante en termes d'entrepreneuriat et d'innovation. Elle fut effectivement désignée deuxième ville la plus innovante d'Europe en 2014, après Barcelone, lors du concours organisé par la Commission européenne pour le prix de la première capitale européenne de l'innovation. Sélectionnée parmi les 58 villes candidates, Grenoble a su convaincre les experts grâce à la force de son écosystème d'innovation rassemblant citoyens, organismes publics, établissements d'enseignement et entreprises. En 2013 déjà, Grenoble fut présente sur le podium dans le classement des villes du monde les plus innovantes réalisé par le magazine économique américain Forbes qui plaça la ville en cinquième position.

Aussi, la région et la ville de Grenoble apparaissent comme étant incontournables en termes de moyens mis en œuvre pour aider les start-up à se développer et à prospérer sur le marché français. Derrière l'Île-de-France, la région Rhône-Alpes s'impose effectivement comme le territoire avec le plus d'incubateurs et d'accélérateurs pour start-up. Un résumé des performances de la région indique alors qu'elle recense plus de 1065 start-up avec 28 incubateurs (dont 6 à Grenoble) ; 8 accélérateurs ; 2 couveuses avec 2 antennes ; 43 pépinières d'entreprises faisant partie du Réseau des Pépinières d'entreprises de Rhône-Alpes ; 23 fonds d'investissement ; 12 Business Angels ; 10 associations du numérique ; 7 pôles de compétitivité ; 28 concours de création d'entreprises innovantes ; 45 espaces de coworking et fablabs ; et 57 levées de fonds réalisées par les start-up rhônalpines en 2015. A cela s'ajoutent dorénavant les performances de la région Auvergne qui référence plus de 131 start-up avec 3 incubateurs ; 1 couveuse avec 8 antennes ; 2 fonds d'investissement ; 1 association du numérique ; 3 concours de création d'entreprises innovantes ; et 3 levées de fonds réalisées par les start-up en 2015.

Nous ne pouvons le nier, Grenoble s'affirme encore une fois sur le territoire français pour son écosystème attractif qui permet à la ville d'être labellisée « Métropole French Tech » en 2014. Faisant partie des 9 métropoles lauréates notamment pour leurs cultures entrepreneuriales, leurs talents, leurs maîtrises technologiques et leurs financements, Grenoble

se vit acquérir une visibilité internationale, aux côtés également de son allié lyonnais. L'objectif de ce label est de créer une sorte d'accélérateur de start-up à l'échelle nationale dans le but de répondre aux besoins des start-up françaises et des acteurs étrangers.

II. L'EXISTENCE DE TROIS PÉPITE AU SEIN DE LA RÉGION

Les performances impressionnantes de la région Auvergne-Rhône-Alpes en termes d'entrepreneuriat et d'innovation sont soutenues également par la présence de 3 Pépite, sur une totalité de 29, au sein de son territoire : le Pépite oZer de Grenoble, le Pépite BEELYS (Booster l'Esprit d'Entreprendre Lyon Saint-Etienne) et le Pépite PEEA (Pôle Entrepreneuriat Etudiant Auvergne). Voici un tableau récapitulatif de leurs caractéristiques et spécificités.

Pépite oZer – Grenoble	
Public concerné :	<p>Etudiants et jeunes diplômés de Grenoble, Drôme-Ardèche et Pays de Savoie.</p> <p>Plus de 60 000 étudiants sont concernés rien qu'à Grenoble par des actions de sensibilisation, formation et accompagnement.</p>
Etablissements concernés :	<p>Tous les établissements d'enseignement supérieur de l'Université de Grenoble (porteur du projet), ainsi que Grenoble Ecole de Management : soit 4 universités, 7 grandes écoles (1 groupe de 6 écoles d'ingénieurs et 1 école de commerce), et 1 institut d'études politiques.</p> <div style="text-align: center;">  </div>
Dates clés :	<p><u>Avant 2002</u> : Quelques actions de sensibilisation et de formation à l'entrepreneuriat dans 3 universités : UJF, UPMF et Grenoble INP.</p> <p><u>2002</u> : Création de la Maison de l'entrepreneuriat, premier projet interuniversitaire en France.</p> <p><u>2004</u> : Financement par le Ministère délégué à la Recherche de 6 nouveaux projets régionaux de Maison de l'entrepreneuriat (Lille, Nantes, Clermont-Ferrand, Limoges, Poitiers, Aix- Marseille) sur le modèle grenoblois.</p> <p><u>Depuis 2005</u> : Coordination du réseau des Maisons de l'entrepreneuriat au plan national par la Maison de l'entrepreneuriat de Grenoble.</p> <p><u>2010</u> : La Maison de l'Entrepreneuriat devient le Pôle oZer, l'un des 23 pôles Entrepreneuriat Etudiants labellisés par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, avec une vingtaine de partenaires engagés.</p> <p><u>Début 2014</u> : Labellisation du Pôle oZer qui devient le Pépite oZer.</p>

	<p><u>En 2014</u> : Création du statut national d'étudiant-entrepreneur, et première vague de labellisation d'une quarantaine d'étudiants-entrepreneurs à Grenoble.</p> <p><u>En 2015</u> : 103 étudiants-entrepreneurs labellisés, 5 lauréats au prix Pépite Tremplin pour l'Entrepreneuriat Etudiant, dont 1 grand prix.</p> <p>4500 étudiants sensibilisés à l'entrepreneuriat chaque année (hors formations) ; 4000 étudiants qui ont suivis les formations crédités ECTS ; 53 étudiants-entrepreneurs en 2014-2015 et 10 entreprises créées (25 % de création d'entreprise) ; et 107 étudiants-entrepreneurs en 2015-2016 avec 73 projets.</p> <p>L'équipe :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Directeur : Georges Weil ❖ Directeur adjoint : Jean-Luc Finck ❖ Chargée de projets : Céline Perron ❖ Chargé de projets : Rémi Rivollier ❖ Chargée de mission accompagnement des Étudiants-Entrepreneurs : Bertile Lecomte ❖ Gestionnaire administrative et communication : Aurélia Ortega – Planté <p>Les partenaires :</p> <p>8 partenaires institutionnels, 11 associations et 4 partenaires privés.</p> <p>■ Les partenaires financiers</p> 
Pépite BEELYS – Lyon Saint-Etienne	
<p>Public concerné :</p> <p>Etablissements concernés :</p> <p>L'équipe :</p>	<p>Etudiants de Lyon, Saint-Etienne, Roanne et Bourg-en-Bresse. 150 000 étudiants sont concernés par des actions de sensibilisation, formation et accompagnement.</p> <p>Le Pépite Lyon Saint-Etienne est porté par la Fondation pour l'Université de Lyon et couvre une vingtaine d'établissements de la COMUE.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Responsable du Programme : Soria MEKIKI ❖ Chargée de projet Campus Création : Carole RITROVATO ❖ Chargé de Projets Entrepreneuriat : Hervé SULTANA ❖ Chef de Projet Digital : Maël PALAU ❖ Assistante de communication : Juliette LEFEBURE ❖ Assistante de projets de : Patricia SCHIELE ❖ Responsable pédagogique du D2E : Melchior SALGADO

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Chargée de scolarité Programme D2E : Gaëlle HUBERT ❖ Responsable incubateur : Charles BASSET ❖ Responsable du pôle : Henri MONTES, Fondation pour l'Université de Lyon / Alain ASQUIN, Université de Lyon ❖ Responsable du programme: Alexandre KESTELOOT
Pépité PEEA – Auvergne	
Public concerné :	46 500 étudiants sont concernés par des actions de sensibilisation, formation et accompagnement.
Etablissements concernés :	Le pôle PEEA couvre tous les établissements de l'Université Clermont Auvergne et Associés (UCAA) dont les membres sont : Université d'Auvergne, Université Blaise Pascal, Sigma Clermont, VetAgro Sup Clermont, AgroParisTech Clermont, Ecole Supérieure d'Art Clermont Métropole, FBS Clermont-Ferrand, Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Clermont-Ferrand.
L'équipe :	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Directrice du pôle : Hélène MARIAN ❖ Chargée de mission : Betty TEIXEIRA
Dates clés :	En 2009, le PEEA fait partie des 20 Pôles de l'Entrepreneuriat Etudiant labellisés, sur 44 candidatures.
Les partenaires :	<ul style="list-style-type: none"> ❖ <u>Les partenaires financiers :</u> Le Ministère de l'Éducation Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, le Ministère de l'Économie, du Redressement Productif et du Numérique, la Caisse des Dépôts et Consignations, le Conseil Régional d'Auvergne, Clermont Communauté, le FEDER (Fonds Européen de Développement Régional) et Clermont Université. ❖ <u>Autres partenaires du projet :</u> Une cinquantaine de partenaires institutionnels, privés, pôles de compétitivités et clusters, associatifs et coopératives d'entrepreneurs.

Ce tableau récapitulatif prouve que les 3 Pépité de la région Auvergne-Rhône-Alpes sont à la hauteur de l'influence territoriale de cette dernière en matière d'entrepreneuriat lorsqu'on tient compte du nombre d'étudiants concernés sur chaque campus, du nombre de partenaires qui soutiennent les structures et de la taille de leurs équipes managériales, particulièrement celles de Lyon et de Grenoble.



PARTIE 2

-

QUELLES SONT LES CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES LIÉES AU DÉVELOPPEMENT DES START-UP ?

Après avoir démontré que le monde de l'entrepreneuriat en France était en plein essor et notamment pour les étudiants et la région Auvergne-Rhône-Alpes, il est dorénavant important de traiter de ce type d'entreprise en pleine expansion que sont les start-up. Cette deuxième partie exposera les particularités liées au développement des start-up afin de comprendre le quotidien vécu par les porteurs de projet au sein des Pépité.

CHAPITRE 4 – LA CRÉATION DE START-UP : DIVERSES ÉTAPES PRIMORDIALES

Bien que les start-up soient en pleine expansion ces dernières années, en créer une ne s'avère pas pour autant être une tâche facile à réaliser. Cela peut s'expliquer en effet de par les spécificités communes liées à ce type d'entreprise. [Chapitre 4, I.] L'observation de la mise en place de différentes start-up du Pépite oZer de Grenoble permet ainsi d'établir diverses étapes essentielles que chacune semble suivre afin de transformer correctement son idée en projet puis en entreprise : la cohérence idée / projet personnel [Chapitre 4, II.], l'étude de marché et la création du business model [Chapitre 4, III.], le lancement du projet sur le marché [Chapitre 4, IV.], et la création effective de l'entreprise [Chapitre 4, V.].

I. LES CARACTÉRISTIQUES COMMUNES DES START-UP

Ces dernières années, le mot « start-up » ne fait que se répéter dans la bouche des entreprises, des établissements d'enseignement supérieur ou encore des étudiants. Pourtant, chacun détient une définition bien à lui de ce que représente ce type d'entreprise. Il fut effectivement compliqué pour les experts d'en émettre une définition bien précise, tant ces entreprises représentent plutôt un « esprit », un but, une façon de faire, plutôt qu'un type bien particulier de structures. Néanmoins, certaines caractéristiques reviennent à chaque fois, comme le fait qu'une start-up serait une jeune entreprise innovante, en phase de lancement, disposant d'un fort potentiel de croissance, étant souvent issue du numérique ou des nouvelles technologies et nécessitant des fonds car pas immédiatement rentable. Steve Blank, un « entrepreneur en série » américain, propose lui-même une définition de la start-up qui semble alors faire l'unanimité aujourd'hui : « Une start-up est une organisation temporaire à la recherche d'un business model industrialisable, rentable et permettant la croissance ».

Les principales spécificités liées aux start-up sont ainsi représentées par les difficultés qu'elles rencontrent pendant leur développement, dues à l'incertitude inhérente au caractère innovant de leurs concepts ou de leurs business model. Cela rend effectivement plus compliquées la compréhension du marché sur lequel elles se trouvent et donc la rentabilité immédiate de leur activité. Chaque start-up passe alors par une phase de test qui lui permettra de s'imprégner de son marché, qui est par ailleurs souvent un marché nouvellement créé, et de comprendre les attentes des clients qu'elle vise. Un mot pourrait résumer la particularité des start-up par rapport aux autres types d'entreprises : la croissance. Que ce soit l'intention initiale ou non des fondateurs, la start-up cherche à s'imposer sur un marché à fort potentiel afin de faire grandir ses revenus de manière exponentielle et venir s'inscrire aux côtés des grandes entreprises.

II. LA COHÉRENCE IDÉE / PROJET PERSONNEL

La première étape, et non des moindres, consiste à vérifier la cohérence entre l'idée du créateur et son projet personnel. Toute idée amène un certain nombre de choix à faire et de

caractéristiques personnelles à détenir qui doivent correspondre à ce que le projet prévoit afin de développer l'idée dans les meilleures conditions et avec succès. Il ne suffit donc pas, comme beaucoup semblent le penser, d'analyser la faisabilité financière, commerciale et juridique d'un projet, mais bien de prendre en compte tous les éléments inhérents à la création avec une analyse approfondie de la personnalité du créateur.

Dans le but de vérifier cette cohérence, il s'agit premièrement d'effectuer un bilan personnel faisant état des contraintes personnelles du créateur, de ses motivations et objectifs et de ses compétences et expériences. L'analyse des contraintes équivaut à se poser toutes les questions liées au mode de vie du créateur qui pourraient influencer le développement du projet : « Aurais-je assez de temps ? Mon entourage adhère-t-il au projet afin de me supporter dans son développement ? Mes études et/ou mon travail me permettront-ils de supporter le rythme ? Pourrais-je prochainement dégager une certaine somme à investir dans mon projet ? » etc. Ensuite, l'analyse des motivations consiste simplement à se demander pourquoi monter une entreprise car si ces motivations ne sont que purement monétaires par exemple, elles ne tendront pas vers la réussite du projet en raison de la non prise en compte des réalités du terrain. Enfin, l'analyse des compétences et expériences du créateur permettent d'établir un résumé de sa personnalité, de ses connaissances, de ses compétences, de ses expériences antérieures afin de faire le point sur ce qu'il faudra améliorer pour la réussite du projet.

Deuxièmement, il s'agit de faire état des contraintes du projet en lui-même concernant le produit ou le service, le marché, les moyens à mettre en place et les outils à utiliser ou encore la législation. Cette analyse permettra ainsi de comprendre l'environnement extérieur inhérent au projet et ainsi de se rendre compte des attentes à remplir.

Enfin, il s'agit dès lors de comparer le bilan personnel avec les contraintes amenées par le projet afin de noter les écarts existants dans le but de faire le choix entre continuer le projet, l'abandonner ou le remettre à plus tard. Cette analyse permettra également de donner des points d'amélioration sur lesquels travailler afin de rendre le projet réalisable ; tels que par exemple se libérer du temps, trouver des financements, participer à des formations et ateliers ou chercher des associés.

III. L'ÉTUDE DE MARCHÉ ET LE BUSINESS PLAN

Une start-up donnant lieu à une innovation de produit, de service ou de modèle économique, l'étude de marché permet d'analyser toutes les composantes du projet dans le but de garantir à terme un avantage concurrentiel en poursuivant une stratégie bien définie et en cohérence avec l'environnement interne et externe de la future entreprise. En effet, cette étude apporte une connaissance pointue dans le domaine concerné et réduit ainsi les risques afin de prendre les meilleures décisions stratégiques. Prenant en compte de nombreux aspects, l'étude de marché permet alors de répondre à plusieurs objectifs.

Premièrement, elle donne la possibilité de développer ses connaissances concernant les grandes tendances du marché et les parties prenantes concernées. Le but est donc de répondre à différentes questions, communes à la plupart des entreprises, afin de tester l'opportunité du projet. Les questions concernent d'abord les données précises du marché dans lequel

l'entreprise souhaite se développer : l'identification du marché ; dans quelle phase de développement se trouve ce marché ; quels sont les chiffres clés qui le représentent ; quelles sont les contraintes et opportunités qui en découlent ; quel est son environnement politique, économique, sociologique, technologique, écologique et législatif, etc.

Ensuite il s'agit d'identifier et de comprendre les cibles que l'entreprise vise avec leurs besoins ; leurs comportements de consommation ; leurs typologies en termes d'âge, de lieu d'habitation et de Catégorie Socioprofessionnelle par exemple ; les avantages qu'ils auraient à acheter/se servir des produits et/ou services de l'entreprise, etc. Pour cela les entreprises utilisent souvent l'aide des analyses qualitatives et quantitatives afin d'avoir des retours plutôt exhaustifs de leurs cibles.

L'étude concurrentielle est également d'une grande importance puisqu'elle permet d'établir une liste de chacune des entreprises avec leurs avantages, leurs propositions de valeur, le descriptif de ce qu'elles proposent, les prix qu'elles fixent ou encore les avantages que l'entreprise détient par rapport à elles. Cela donne ainsi une idée à l'entreprise de ce sur quoi elle doit agir afin de se démarquer et prendre le dessus sur le marché en proposant un avantage concurrentiel spécifique.

L'étude de l'environnement externe ajoutée à l'étude de l'environnement interne à l'entreprise donne alors lieu à la possibilité de résumer la position de cette dernière sur le marché en énumérant d'une part les menaces et opportunités existantes et d'autre part les forces et les faiblesses de l'entreprise. Cela permet enfin de rendre compte de la possibilité de réussite sur le marché en dégagant les différents facteurs clés de succès.

Deuxièmement, l'étude de marché permet de tirer des hypothèses de chiffre d'affaires que l'entreprise sera à même de réaliser. Plusieurs méthodes peuvent être appliquées afin de déterminer un prévisionnel pessimiste et un autre optimiste dans le but de prévoir la viabilité du projet. L'entreprise peut ainsi mettre au point une étude comparative avec d'autres projets de la concurrence, qu'ils soient sur la même zone géographique d'action ou non. Néanmoins, cela peut paraître compliqué pour les start-up développant un nouveau produit ou un nouveau service sur un marché en phase de lancement. De par les analyses qualitatives et quantitatives effectuées sur le terrain, l'entreprise peut également déterminer les intentions d'achat/d'utilisation des prospects afin de créer son chiffre d'affaires prévisionnel. Pour cela, il faut tout de même prendre en compte une part plus réaliste de ces intentions dans la mesure où répondre à un questionnaire ne donne pas toujours lieu à la réalité des comportements qui s'avèrent être plus frileux en définitive. Enfin, l'entreprise peut également lancer son projet sur le marché en tant que test afin de réaliser l'impact réel que cela pourrait avoir. Ici encore, les chiffres ne seront que des prévisions à prendre à la légère car un test présente souvent le projet d'une manière moins développée que lors du véritable lancement, ce qui changera sûrement la perception du projet. L'avantage réside cependant dans le fait que les hypothèses ressorties seront plus basses et donc ne pourront qu'évoluer par la suite.

Troisièmement, l'étude de marché permet de déterminer la stratégie adéquate à suivre pour atteindre les cibles, que ce soit les clients ou les partenaires. Cette stratégie servira de fil rouge à suivre pour chaque action et décision qui seront faites. Nous pouvons y retrouver la

stratégie commerciale qui sera mise en place, les valeurs qui seront défendues, les moyens qui seront utilisés pour s'adresser aux cibles, ou encore les deadlines concernant le développement qui devront être respectées pour mener à bien le projet.

Quatrièmement, la compréhension du marché permet d'instaurer un mix-marketing (appelé également « 4P ») cohérent. Ce mix comporte quatre éléments à développer : le produit/service, le prix, la distribution et la communication. Chacun des 4P devra suivre le même positionnement afin de satisfaire cette cohérence qui sera indispensable pour convaincre les cibles. Le positionnement peut concerner l'image que l'entreprise souhaite donner (image de luxe ou au contraire image éco-responsable par exemple) ou encore la valeur qu'elle souhaite apporter à ses clients (un bon rapport qualité/prix, un service pratique, un produit durable,...) ; tout cela en lien avec la stratégie globale préétablie.

Dernièrement, tous les éléments qui seront ressortis de l'étude de marché et sur lesquels l'entreprise aura pu travailler, donneront la possibilité de prévoir la structure des coûts liés au lancement de l'entreprise pour alors définir le budget prévisionnel. Ces coûts pourront concerner les coûts administratifs, les frais de déplacements, les frais en équipements et matériels, le coût de fabrication ou de production du produit ou le coût lié à la mise en place du service, le coût des salaires éventuels ou encore les frais de communication.

En outre, la structure de revenus pourra également être établie avec la présentation du business model de l'entreprise et les sources de financements qu'elle compte solliciter, telles que les concours, le sponsoring ou les subventions. Le business model, lui, désigne la manière dont l'entreprise compte gérer son activité en termes financiers, c'est-à-dire par quels moyens, quelles sources elle prévoit de gagner de l'argent. Cela peut provenir notamment du client lui-même qui paye pour une prestation ; d'un abonnement ; de la publicité ; d'une activité de mécénat,... et peut prendre la forme de différents systèmes comme un paiement en ligne, un cumul de points à acheter, un code à s'échanger entre utilisateurs etc. Aujourd'hui le monde des start-up révolutionne ces business model qui se trouvent de plus en plus innovants.

Ces deux structures établies, cela permet enfin à l'entreprise de créer ses documents financiers prévisionnels qui serviront d'appui factuel à chaque décision prises à l'avenir.

Chacun de ces éléments permis par l'étude de marché donnent lieu à la création d'un Business Plan, c'est-à-dire un document qui garde une trace de ces recherches et analyses. L'utilité de ce document est souvent discutée, néanmoins il semble nécessaire d'avoir un point d'appui à consulter en cas de changements de stratégie par exemple et il paraît également logique qu'un tel document permette souvent de rassurer et de convaincre les banques ou les partenaires. Le monde des start-up est en perpétuelle évolution, de par l'arrivée de nouveaux concurrents, de nouvelles contraintes, l'apport de conseils extérieurs, le développement d'une nouvelle idée, l'abandon d'un élément qui ne fonctionne pas, l'apport de nouvelles connaissances sur un sujet précis etc. ; il est donc important pour les créateurs de mettre à jour régulièrement leur business plan à la suite de réunions ou de séances de créativité. Le simple fait de parler du projet autour de soi, de se comparer à la concurrence, ou de continuer à réfléchir au développement du projet peut amener de nombreux changements à intégrer au fur et à mesure.

Un des intérêts de la création d'un business plan pour les start-up demeure aussi dans la nécessité pour les organisateurs de concours d'y avoir accès afin de déterminer les lauréats.

IV. LE LANCEMENT DU PROJET SUR LE MARCHÉ

Une fois les précédentes étapes réalisées, les entreprises démarrent les phases préliminaires de lancement qui leur permettront ensuite de lancer leur projet sur le marché. Cela leur permet de tester leur concept auprès de leurs cibles et d'améliorer ce qu'ils leur proposent au fur et à mesure des retours qu'ils reçoivent. Au sein des Pépites, les étudiants-entrepreneurs sont également nombreux à lancer leur projet avant même qu'il soit totalement terminé et avant la création effective de leur entreprise.

Les phases préliminaires de lancement par lesquelles démarrent les start-up consistent en le développement de la stratégie de communication prévue au préalable dans le business plan, au démarchage de leurs clients et partenaires, ainsi qu'à la participation à des concours.

De manière générale, la communication se réduit à des moyens non payants pour une question de revenus que les étudiants ne possèdent pas. Les start-up développant une plateforme web ou une application mobile se devront de lancer une version test afin de récolter des inscriptions de leurs futurs utilisateurs dès le départ. Ensuite, un « kit de première nécessité » est souvent mis en place avec la création de cartes de visite et de plaquettes commerciales afin d'apporter de la crédibilité aux porteurs de projet pendant tous leurs déplacements. La plupart développe également une campagne sur les réseaux sociaux, le plus souvent avec Facebook, Twitter et LinkedIn, afin de créer une véritable communauté autour de leur projet et d'augmenter de manière considérable et rapide leur visibilité auprès de leurs cibles. Les start-up utilisent également des moyens plus personnalisant avec l'aide du marketing direct et de l'e-mailing dans le but d'envoyer des informations ciblées concernant les nouveautés ou l'actualité de l'entreprise. Le street marketing est également utilisé de par la création puis la distribution de flyers dans des endroits déterminés au préalable en fonction des cibles et des objectifs. Pour finir, les start-up développent leurs Relations Publiques avec la participation à des salons en lien avec l'entrepreneuriat ou leur propre domaine (par exemple le salon de l'entrepreneuriat qui a lieu à Lyon cette année) ; la participation à divers forums organisés par les structures d'entrepreneuriat de l'agglomération ; la sollicitation de la presse afin d'engendrer des articles ou des interviews à la radio ou à la télévision ; et la création de liens avec des partenaires et des sponsors qui vont venir soutenir le projet en alliant leur image et leur notoriété ou en apportant des financements en contrepartie d'un service offert par la start-up. Chacune de ces actions de communication sont essentielles dans la réalisation des objectifs des start-up qui sont d'augmenter leur notoriété, imposer leur image, faire agir leurs futurs consommateurs/utilisateurs (par une inscription sur la plateforme web, une participation à un événement,...) et commencer à les fidéliser dans le but qu'ils restent parts de la communauté.

Le démarchage commercial représente également une partie non négligeable du développement du projet puisque sans les partenaires, les fournisseurs, les clients, la start-up ne peut continuer d'avancer. Il est donc important de suivre correctement les stratégies établies dans le Business Plan afin de construire ensuite des outils comme l'argumentaire, les mails

types, les contrats et la base de données. Cette dernière doit être scrupuleusement créée de sorte à ce que les entreprises recensées correspondent aux objectifs et positionnement de la start-up. Le démarchage est donc un travail de longue haleine qui demande persévérance et recul. Le but principal de la préparation et des coups de téléphone et/ou mails est de décrocher des rendez-vous. Une fois cette étape réussie, la start-up peut s'assurer un pourcentage de réussite de signature de contrats bien plus élevé. Si le rendez-vous amène à la signature d'un contrat, le but ensuite est de satisfaire ses clients et de les fidéliser afin de les pousser à renouveler leur engagement à la fin du premier. Les start-up font en effet généralement le choix d'attirer les premiers clients par une offre de bienvenue sur une courte période qui leur permet de tester le service apporté à moindre coût avant de signer pour le long terme.

Aussi, les start-up décident souvent de participer à des concours avant leur lancement dans le but d'augmenter leur visibilité mais surtout de récolter des financements utiles pour leur développement. Au Pépité oZer, les start-up ont ainsi participé à divers concours dédiés aux start-up ou aux jeunes entrepreneurs comme le « Challenge de l'idée », le « Prix du jeune entrepreneur », le « Concours Rotary », le prix « Tremplin pour l'Entrepreneuriat Etudiant », ou encore le « Concours Kocoriko ». Selon les jeunes entrepreneurs, ces concours représentent un apport plus ou moins facile de financements, du réseau et une forte opération de communication, mais ils représentent cependant un lourd investissement en temps qui ne donne aucune garantie.

Ses étapes préliminaires sont bien entendues suivies par le développement perpétuel du produit ou du service en lui-même, c'est-à-dire le développement de la plateforme web, la création du produit ou la mise en place du service.

Lorsque le lancement du projet devient possible, la communication, le démarchage et la participation aux concours continuent de se développer en même temps que le démarrage de l'activité auprès des clients. Cependant, ces actions évoluent puisque les start-up peuvent choisir de développer une communication payante avec l'organisation d'événements ou le recours à la presse par exemple. Aussi, les démarchages commerciaux sont souvent de plus en plus fructueux puisque les premiers clients signés et le fait que l'entreprise soit fonctionnelle apportent une certaine crédibilité et donne confiance aux clients. Une autre partie plus factuelle se développe également puisque la start-up devra gérer son activité en termes de revenus, de clients, de maintenance et qualité, de distribution, d'impacts, etc.

Le caractère innovant de ce que propose une start-up amène une certaine « course au lancement » entre les individus, c'est-à-dire que le premier lancé aura des chances pour s'approprier le marché avant l'arrivée d'autres concurrents. Si son avantage concurrentiel et ses actions de communication auront été correctement travaillés, la visibilité qu'il aura obtenue avant ses concurrents lui apportera alors un avantage certain. Cela pousse alors certaines start-up à lancer leur entreprise avant la finalisation de certains détails de leur concept. Par exemple, il se peut qu'une start-up décide de lancer en premier un service de base qu'elle étendra par la suite grâce aux idées qu'elle sera déjà en train de développer.

V. LA CRÉATION DE L'ENTREPRISE

La création effective de l'entreprise n'est pas obligatoire pour les start-up au sein du Pépité qui choisissent souvent de s'en occuper après leur lancement, parfois simplement pour avoir la possibilité de tester leur projet avant de le transformer en entreprise aux yeux de la loi.

Pour le moment, une seule start-up a posé le statut de son entreprise au Pépité oZer : la SAS (Société par Actions Simplifiée) OpenCar dirigée par François Fantin.

Le choix de la structure de l'entreprise se détermine en général selon les critères inhérents à l'entreprise et au(x) fondateur(s) : la nature de l'activité, la volonté de s'associer ou non, l'organisation patrimoniale, les besoins financiers, le fonctionnement de l'entreprise, le régime social de l'entrepreneur, le régime fiscal de l'entrepreneur et de l'entreprise, la crédibilité vis-à-vis des partenaires (banquiers, clients, fournisseurs, etc.).

CHAPITRE 5 – LES ÉTUDIANTS PORTEURS DE PROJET : DIFFÉRENTS BESOINS A COMBLER

Les différentes étapes liées à la création d'une start-up impliquent certains besoins à combler pour avoir la possibilité de réaliser le lancement avec succès. Il faut alors tenir compte du fait que les étudiants constituent une branche d'entrepreneurs aux besoins bien particuliers : des besoins humains [Chapitre 5, I.], et des besoins sociaux. [Chapitre 5, II.]

I. DES BESOINS EN COMPÉTENCES ET EXPÉRIENCES

Lors du développement de leur start-up, il est fréquent que les étudiants manquent de compétences ou d'expériences nécessaires. Cela peut se traduire par un manque de capital humain défini comme les connaissances qu'une personne possède. Dans le domaine entrepreneurial, cela concerne son éducation formelle, ses formations entrepreneuriales, ses expériences professionnelles et l'ensemble des compétences détenues par son équipe de projet. Les étudiants disposent ainsi d'un capital humain généralement faible compte tenu du fait qu'il provient souvent de leur seul parcours scolaire. Bien que des périodes de stages soient souvent relevées, cela reste faible comparé au capital humain détenu par les entrepreneurs ayant été salariés avant de monter leur entreprise. Ce capital humain se voit pour autant augmenté lorsque les étudiants choisissent de s'associer avec d'autres, néanmoins, les équipes se forment généralement entre étudiants de la même formation avec ainsi un capital plutôt similaire.

Au sein du Pépité oZer on peut cependant apprécier une grande complémentarité dans certaines des équipes formées avec par exemple un profil managérial associé à un profil ingénieur. Mais malgré cette richesse certaine, certains manques persistent pour ces étudiants tout juste sortis de leurs formations académiques.

Ces manques peuvent prendre la forme de besoins d'informations techniques comme la réglementation liée à leur activité, les différentes méthodes de lancement d'un projet et d'études de marché, les avantages et inconvénients de chacun des statuts juridiques, etc. Les manques peuvent également être plus larges avec le besoin de se former de manière professionnelle et personnelle et d'acquérir des méthodes spécifiques concernant la communication, la partie commerciale, la gestion financière, la création d'un business plan, etc. Enfin, certains étudiants recherchent simplement les conseils de parties extérieures concernant leur projet afin de bénéficier d'un regard critique permettant de distinguer les points à améliorer et pourquoi pas également apporter des solutions auxquelles ils n'auraient pas pensé.

II. DES BESOINS EN TERMES DE RÉSEAUX

Comme le décrit bien l'Agence France Entrepreneur, « une startup c'est avant tout une équipe déterminée, ambitieuse et complémentaire, plus que compétente dans son domaine. Mais c'est aussi un réseau personnel [d'individus] qui pourront apporter leur soutien durant les moments clés de son développement. » Cette expression traduit exactement les besoins d'une start-up pour réussir. Mais encore une fois, les étudiants ne disposent généralement pas de ce réseau tant convoité. Ce réseau peut s'apparenter au capital social, c'est-à-dire le réseau

permettant d'accéder à ce qu'une personne ne possède pas, qui provient du cercle familial ou des relations développées dans un contexte scolaire ou professionnel par exemple. Bien sûr, la famille peut servir de soutien et dans certains cas d'apports techniques, mais des études prouvent que plus les relations sont éloignées avec l'entrepreneur, plus elles apportent de la valeur ajoutée. Cela s'explique par la différence des profils qui finissent donc par être complémentaires. Cependant, les étudiants ont difficilement accès à ces relations aux « liens faibles » de par leur manque d'expériences professionnelles et la similitude des compétences de leurs camarades. Mais quelle est l'utilité d'un réseau ?

La première raison pour laquelle les étudiants souhaitent bénéficier d'un réseau concerne le manque de légitimité. Sans parler d'étudiants, rien que les start-up elles-mêmes dégagent une crédibilité moindre auprès des fournisseurs, partenaires et structures financières. En effet, elles subissent le handicap de la nouveauté puisqu'elles se lancent sur un territoire souvent inexploré avec une incertitude concernant leur réussite sur le marché. Ainsi, tout reste à prouver quant à leur potentiel et leur croissance. Alors, quand il s'agit de surcroît d'étudiants, ce n'est pas une mince affaire que de convaincre les diverses parties prenantes de suivre l'aventure. Un réseau serait donc un apport primordial pour faire sa place dans le monde des start-up afin de s'appuyer sur des relations de confiance pour augmenter en crédibilité.

Ce manque de légitimité vient donc accentuer le manque de ressources financières des étudiants. Pourtant, il est de notoriété publique que ces ressources soient plutôt limitées, ce qui rend alors complexe le développement de leur projet. Ceci constitue dès lors la deuxième raison du besoin de réseaux des étudiants. En effet, un réseau suffisant leur permettrait de nouer des liens de confiance et donc d'accéder plus facilement à des financements. Aussi, le réseau apporte un certain conseil permettant de sélectionner les meilleures possibilités comme le choix d'un concours auquel participer en particulier. La levée de fonds, souvent considérée par les start-up à fort potentiel de croissance, est un mode de financement également très prisé car il permet d'atteindre des résultats spectaculaires. Cependant, la demande étant bien plus supérieure à l'offre, le réseau devient primordial dans le but de se faire recommander par un tiers auprès des acteurs.

Le dernier enjeu qui s'applique aux étudiants, et plus largement aux entrepreneurs, concerne le développement de la communauté intéressée par le projet. Il est facile de convaincre ses proches de suivre le projet et d'en parler autour de soi mais ce qui importe ce sont bien évidemment les cibles concernées. Parfois, ces cibles sont représentatives de l'entourage du porteur de projet, et dans ce cas la communauté se crée plus rapidement grâce au coup de pouce apporté. C'est le cas par exemple des créateurs qui développent un produit ou un service destiné aux étudiants portant les mêmes caractéristiques qu'eux-mêmes et donc souvent que leurs proches. Cependant, nombreux sont les projets ciblant des populations bien éloignées de celles que l'on côtoie, et c'est à ce moment-là que le réseau acquis prend tout son sens dans le développement rapide d'une communauté.



PARTIE 3

-

QUELS SONT LES APPORTS DU PÉPITE OZER AUX ÉTUDIANTS CRÉATEURS ET A LEURS PROJETS ?

Monter une start-up s'est avéré pouvant être une tâche complexe et présentant certaines embûches, particulièrement lorsque l'on est étudiant. C'est pourquoi l'existence des Pépites constitue une véritable chance pour ces jeunes entrepreneurs dans la mesure où ces structures permettent de répondre à nombre de leurs besoins. Cette troisième partie présentera dès lors les apports du Pépite oZer de Grenoble à ses créateurs et par conséquent à leurs projets.

CHAPITRE 6 – L'ACCES A UN ENVIRONNEMENT FAVORABLE A LA CRÉATION

Trouver des idées, s'améliorer, changer, réessayer, créer ; le développement d'un projet n'est pas de tout repos. Dans ces moments-là, l'environnement qui nous entoure compte pour beaucoup dans la motivation et la persévérance qui seront engendrés. Le Pépité oZer propose ainsi l'accès à un espace de travail présenté comme un réel soutien auprès des étudiants [Chapitre 6, I.]. L'aménagement de la structure apporte quant à elle un cadre adéquat pour le travail des jeunes entrepreneurs. [Chapitre 6, II.]

I. UN ESPACE DE TRAVAIL COMME SOUTIEN

Le premier point apporté par le Pépité oZer aux étudiants concerne la légitimité. Les locaux d'accueil permettent en effet aux étudiants de s'appuyer sur une marque et de crédibiliser leur projet de par un cadre professionnel. Cela répond ainsi aux besoins des étudiants qui est de pouvoir convaincre leurs clients, partenaires et fournisseurs en leur présentant un projet soutenu par une structure professionnelle et d'avoir la possibilité de les recevoir dans de réels locaux. En outre, cet espace de travail amène également une motivation certaine pour les étudiants qui seront plus à même de se lever le matin pour aller travailler comme s'ils étaient employés dans une entreprise.

Le deuxième avantage de cet espace de travail concerne l'augmentation du capital humain et social des porteurs de projet. En travaillant dans un espace dédié et présenté sous la forme d'une grande salle unique, un espace de coworking, les étudiants ont alors la possibilité d'échanger continuellement avec les autres porteurs de projet. La richesse de ces échanges, permise par la diversité des profils et par le fait que chaque projet en est à un stade différent de développement, apporte avis supplémentaires pouvant aller jusqu'à des échanges de compétences dans certains cas. Aussi, travailler aux côtés de personnes du même âge avec les mêmes aspirations facilite les relations et donc le réseau créé au sein du Pépité. Chaque midi, la plupart des étudiants vont manger ensemble et discutent chacun leur projet, de leur avancement et des difficultés qu'ils peuvent rencontrer. Les autres apportent alors un œil neuf sur ces questions et partagent à leurs tours leurs doutes, ce qui augmente la motivation de chacun. Paul Feipeler, un des trois co-fondateurs de la plateforme de covoiturage gratuit et local appelée OpenCar témoigne : « Pépité est devenue, pour les membres les plus actifs, une sorte de famille où tous les projets s'entraident ! Cela rend les projets plus objectifs, et apporte des compétences, des connaissances et du réseau personnel et professionnel. »

Le troisième point essentiel d'un espace de travail collectif vise la lutte contre l'isolement. En tant qu'entrepreneur, la route est longue avant d'arriver aux objectifs fixés au départ, c'est donc un moment très stressant. Aussi, les choix de vie sont particuliers puisqu'entreprendre signifie ne pas intégrer le marché du travail et investir temps et argent dans un projet personnel. Rester seul face à cet environnement complexe peut donc démotiver rapidement. Là est l'intérêt de s'entourer d'autres étudiants ayant fait les mêmes choix.

Le fait de rattacher son projet à la structure du Pépité donne également la possibilité aux jeunes créateurs d'embaucher des stagiaires pendant leur incubation. Ceux qui auront déposé

leurs statuts d'entreprise pourront agir comme toute autre société en signant les conventions en leur nom afin d'embaucher jusqu'à 3 stagiaires en même temps ; tandis que les autres pourront bénéficier de la société existante du Pépité afin de profiter de l'aide d'un stagiaire à la fois pour leur projet. Cela permet ainsi d'augmenter leur capital humain avec du soutien d'étudiants possédant des compétences différentes que les leurs.

Enfin, la gratuité de l'espace de travail amène un avantage certain pour les étudiants qui n'ont généralement pas les finances suffisantes pour devoir payer un forfait d'hébergement. Michael Lafrasse, co-fondateur de l'application de réalité augmentée pour le tourisme appelée Xplora, soutien effectivement que « l'espace de coworking est vraiment un plus, surtout que ce dernier est gratuit » ; un argument qui ne peut que convaincre les étudiants à se retrouver pour échanger autour de leurs projets !

II. UN AMÉNAGEMENT ADÉQUAT

Ajouté aux avantages permis par l'espace de coworking, le Pépité oZer s'impose comme un endroit pratique qui convient à tout type de profils.

En effet, situé au cœur du campus, le Pépité permet un accès facile à ses locaux pour chaque étudiant, peu importe l'université dans laquelle ils étudient.

Ces locaux sont accessibles par l'utilisation d'un code à l'entrée, connu uniquement par les personnes intérieures au Pépité, ce qui permet ainsi à chaque étudiant de gérer leurs horaires comme ils l'entendent sans limites de temps.

Un espace principal se compose de plusieurs rangées de longs bureaux se faisant face, munis de séparations centrales. Cela permet de garder une certaine isolation pour pouvoir se concentrer sur son projet sans se sentir observé, tout en restant regroupé avec les autres étudiants pour faciliter les échanges. Les chaises sont des chaises de bureaux apportant le confort nécessaire pour les plus travailleurs. Au fond de l'espace de coworking, une autre rangée de bureaux sous forme de boxes apporte une tranquillité encore plus grande. Chacun des bureaux dispose de plusieurs multiprises et câbles de téléphones afin d'apporter un cadre de travail maximisé. Une imprimante professionnelle ainsi qu'une armoire remplie de fournitures sont également à disposition des étudiants de manière gratuite.

L'espace principal est également constitué d'un espace détente composé de canapés ; d'un grand tableau blanc ; de plusieurs chaises et tables hautes ; d'une cuisine équipée avec éviers, ustensiles, machine à café, bouilloire, et tout produit nécessaire à l'élaboration de boissons chaudes ; ainsi que d'un frigo à disposition de chacun.

En plus de cet espace principal, des bureaux et salles de réunion sont utilisables par les étudiants souhaitant recevoir des partenaires, s'entretenir en équipe, ou simplement passer des coups de téléphone en toute tranquillité.

Tous ces aménagements permettent ainsi aux étudiants de se retrouver dans un cadre à la fois professionnel, pratique et sympathique dans le but de les motiver et de les faire échanger autour de leurs projets.

CHAPITRE 7 – L’ACQUISITION D’UN ACCOMPAGNEMENT PROFESSIONNEL

Le Pépité oZer est, certes, un espace de coworking favorable à la création de projets, mais définir cette structure comme un simple hébergement serait trop réducteur. L’accompagnement se trouve être une composante essentielle du pôle grenoblois qui accorde à la fois un suivi individuel et personnalisé [Chapitre 7, I.], mais aussi un accompagnement collectif bénéfique à chaque créateur. [Chapitre 7, II.]

I. UN SUIVI INDIVIDUEL ET PERSONNALISÉ

La première partie de l’accompagnement individuel concerne les deux tuteurs alloués à chaque étudiant-entrepreneur. Comme présenté dans la première partie de ce rapport, le tuteur professionnel et le tuteur universitaire apportent connaissances, expériences et réseaux professionnels provenant d’un ou plusieurs domaines d’activités. Ces deux mentors sont complémentaires puisque l’un apporte ce qu’il connaît du monde de l’entreprise et du domaine entrepreneurial alors que l’autre amène des outils techniques et appuis théoriques aux créateurs. Cela permet une fois de plus aux étudiants de développer leur capital social, et particulièrement le réseau à « liens faibles » puisqu’éloigné de leurs cercles personnels. Les porteurs de projet peuvent alors bénéficier de conseils et de réponses à des questions techniques et alors augmenter la valeur ajoutée de leurs projets. L’étudiant ayant le choix de ses tuteurs, il peut ainsi décider de sélectionner un tuteur professionnel exerçant dans le domaine qui lui correspond afin de profiter d’expériences similaires ou de détails précis du marché.

Le Pépité oZer favorise également la rencontre d’experts pouvant répondre à des questions très précises dans un domaine particulier. Cela peut être des avocats d’affaires, des chargés de communication ou encore des experts-comptables. Les étudiants reçoivent alors deux fois une heure de conseils gratuits avec les experts de leur choix faisant partie du réseau d’experts partenaires. Si l’étudiant a ensuite la nécessité de recontacter un expert, les heures supplémentaires lui seront facturées en fonction de ses propres tarifs, mais il arrive souvent que des « bons de rencontres experts » soient restants et ainsi disponibles pour les premiers demandeurs.

En outre, un accompagnement par le personnel du Pépité oZer est réalisable sur la base du volontariat. Pour cela, Bertile Lecomte, chargée de mission accompagnement des Etudiants-Entrepreneurs, reste à la disposition des étudiants pour toutes questions et demandes particulières.

Pour finir, le bilan de fin de statut apporte également un accompagnement final pour les étudiants. La soutenance de fin de D2E (le Diplôme d’établissement étudiant-entrepreneur) et le rendu du business plan permettent de réaliser le parcours parcouru et d’échanger une dernière fois avec ses tuteurs sur le projet et les objectifs de développement et ainsi recueillir leurs conseils et remarques. Aussi, Bertile Lecomte fait passer un questionnaire que les étudiants doivent remplir afin qu’ils donnent leurs avis et recommandations concernant la période pendant laquelle ils ont été incubés. Cela lui permet d’établir une liste des améliorations à

prendre en considération pour la suite au service des prochains étudiants ou de ceux qui souhaitent renouveler leur statut pour l'année suivante.

II. UN ACCOMPAGNEMENT COLLECTIF

En soutien à l'accompagnement individuel, le Pépité oZer met en place un accompagnement à destination de tous les étudiants-entrepreneurs. Tout d'abord, des ateliers-formations tenus par des intervenants sont organisés par le Pépité oZer afin de procurer un bagage complet aux étudiants concernant l'entrepreneuriat en général. Leur objectif est de leur donner tous les outils nécessaires pour monter leur entreprise avec des thèmes comme « Quel entrepreneur je suis ? », dédiés aux étudiants en début de création, ou des thèmes plus techniques concernant les études de marché, la communication ou le statut juridique. Ces ateliers se tenant entre octobre et mai donnent la possibilité aux étudiants d'augmenter leur capital humain par un accès privilégié à une expertise particulière, tout comme leur capital social en développement de nouveaux réseaux. Les intervenants sont rémunérés pour leurs prestations et proviennent de l'extérieur. Ils sont choisis soit parmi le réseau préexistant du Pépité, soit lors de rencontres sur des événements. Paul Feipeler de la société OpenCar soutient l'apport bénéfique de ces ateliers-formations : « J'aime particulièrement écouter les intervenants parler de leurs expériences entrepreneuriales qui sont toutes différentes les unes des autres. C'est très inspirant. »

Le Pépité oZer développe également une autre forme d'accompagnement collectif : les start-up week-ends ou bootcamp. « Inspirés des camps d'entraînement militaires américains, les bootcamps sont des sessions de coaching intensives d'une semaine destinées à accélérer un projet. On parle aussi de start-up Week-end pour des sessions sur deux ou trois jours⁴. » Pour organiser ces sessions, le Pépité oZer se rapproche des autres Pépité de la région : le Beelys (Lyon - Saint-Etienne) et le PEEA (Auvergne). A eux trois, ils bénéficient alors d'une subvention de la région qui leur permet de mener à bien leur événement. Organisés sous la forme d'ateliers aux thèmes divers, ces bootcamp apportent un accompagnement de manière moins formelle où règnent bonne ambiance et entraide qui favorisent les échanges avec les professionnels et les autres étudiants présents. En annexe est présenté un exemple de programme. [\[Annexe n°2 p.48\]](#)

⁴ http://lentreprise.lexpress.fr/creation-entreprise/unicorn-burn-rate-plongee-dans-la-novlangue-de-l-univers-des-start-up_1791453.html

CHAPITRE 8 – LA MISE A DISPOSITION D’UN PROGRAMME VARIÉ ET OPPORTUN

Dans le but de satisfaire les étudiants, le Pépité oZer leur propose également un programme varié basé sur une dynamique moins formelle mais toujours en gardant des objectifs de formation, de facilitation des rencontres et d’aides au développement de leurs projets. Pour cela, le Pépité organise des événements internes [Chapitre 8, I.] mais diffuse également des bons plans d’opportunités externes. [Chapitre 8, II.]

I. DES ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS AU SEIN DU PÉPITE OZER

Le Pépité oZer a pour vocation l’organisation d’événements tout au long de l’année. En début d’année, l’équipe organise une soirée d’intégration dans le but de fédérer la promo de nouveaux étudiants.

Entre septembre et octobre, se déroule également le « Challenge de l’idée » qui permet de susciter l’émergence de nouvelles idées et de les faire tester auprès d’un jury de professionnels, tout en faisant gagner des lots aux lauréats (des tablettes tactiles ou des bons d’achat par exemple). Ce challenge s’effectue en partenariat avec les autres Pépité de la région.

Une fois par mois, le Pépité invite les étudiants à se rejoindre autour d’une soirée appelée Apér’oZer afin de faciliter les échanges entre porteurs de projet.

Les vendredi matins, des petits déjeuners sont offerts aux étudiants qui se réunissent dans une salle pendant 30 minutes pour faire le point sur les réussites personnelles ou sur les questions éventuelles à poser.

Entre octobre et avril, se tient le concours campus création. Il s’adresse à tous les étudiants du campus qui souhaitent travailler en équipe sur un projet fictif afin de tester une idée ou simplement de se rendre compte des étapes liées à la création d’un projet tout en étant accompagné. Un business plan est à rendre en avril et donne lieu à des phases de demi-finales puis finales devant des jurys en mai. Les gagnants se voient recevoir des prix pouvant aller jusqu’à 2000€.

En avril a lieu le « Rendez-vous de l’entrepreneuriat étudiant » sous la forme d’un salon. Chaque porteur de projet tient un stand qui leur permet de rencontrer les autres créateurs et les étudiants du campus qui peuvent s’avérer être des prospects pour leurs projets. Des ateliers et des conférences sont également organisés avec des intervenants de l’écosystème grenoblois afin d’aider tout étudiant du campus à construire son projet. Le programme annuel du Pépité oZer est présenté en annexe. [Annexe n°3, p.49]

Tous ces événements proviennent de l’initiative de l’équipe du Pépité oZer qui reste également à l’écoute des propositions des étudiants afin de satisfaire au mieux leurs attentes. Le matériel, les buffets et les espaces nécessaires sont financés grâce au budget dédié aux événements et à la formation. Afin de communiquer sur ces événements, l’équipe du Pépité utilise principalement son propre site internet, sa page Facebook et l’emailing de par un planning envoyé tous les mois aux étudiants. Pour les événements de plus grande envergure, des

flyers sont créés et mis à disposition chez leurs différents partenaires et dans les universités. Ces événements représentent sans aucun doute un apport certain pour les étudiants, que ce soit au niveau professionnel de par les possibilités de test de leurs idées auprès d'experts et d'autres étudiants, ainsi qu'au niveau personnel quant au réseau qui se développe au fur et à mesure de l'année passée au sein du Pépite.

II. DES OPPORTUNITÉS EXTERNES

Le Pépite oZer se trouve en lien avec les acteurs de l'entrepreneuriat de l'écosystème grenoblois, comme la CCI (Chambre de Commerce et d'Industrie), le Tarmac (pépinière technologique inovallée) ou encore Linksium (société d'accélération du transfert de technologies). Ils se tiennent alors au courant des différents événements de l'entrepreneuriat se déroulant dans la région ou à l'échelle nationale afin d'apporter le réseau le plus large possible aux étudiants grenoblois. Des événements comme le salon de l'entrepreneuriat, se passant à Lyon cette année, sont des opportunités certaines pour les créateurs qui pourront alors participer à divers ateliers et formations tout en rencontrant le « grand monde » de l'entrepreneuriat. Le rôle du Pépite est donc de se renseigner sur chacun des événements externes qui existent afin de faire le tri et de communiquer sur ceux qui paraissent le mieux convenir aux objectifs de leurs étudiants. Ces derniers étant souvent concentrés sur leur projet et en même temps sur leurs cours à l'université ne disposent pas nécessairement d'assez de temps pour effectuer cette démarche d'information, surtout compte tenu du nombre d'événements liés à l'entrepreneuriat se déroulant dans la région et en France.

La mission du Pépite oZer est également de renseigner les étudiants quant aux différents concours qui existent et sur les consignes et deadlines à respecter. Il en existe beaucoup, mais, tout comme les événements, nombre d'entre eux passent inaperçus et il faut ainsi sélectionner les plus intéressants. Ces concours apportent généralement des sources de financements afin d'aider les étudiants dans leurs projets, mais ils sont également une source de conseils et de retours avisés provenant d'experts ou de particuliers intéressés par le projet. Par exemple, la start-up EazyShop, fondée par David Bidard et Alexandre Compain, a participé récemment au concours National de Création d'Entreprise, Total EDHEC Entreprendre, et malgré leur échec ils ont gagné en conseils précieux. En effet, l'équipe organisatrice du concours leur a envoyé un dossier PDF de 7 pages comprenant chaque détail qui leur semblaient nécessaires de modifier avec des recommandations. Cela a permis aux deux co-fondateurs de réécrire entièrement leur Business Plan avec encore plus d'idées et d'améliorations. D'autres concours apportent aussi une grande visibilité auprès des cibles des créateurs. Par exemple le concours Kocoriko se déroule sur plusieurs étapes avec pour finalité une démarche de Crowdfunding ou Financement Participatif (grand nombre de personnes qui investissent de petits montants pour atteindre les fonds nécessaires à un projet). La première étape fut un appel aux votes des particuliers pour le projet qu'ils préféreraient et cela a permis aux start-up de lancer une grande campagne de communication, notamment sur les réseaux sociaux, afin de faire voter le plus grand nombre. Cela leur a ainsi permis de développer encore un peu plus leur visibilité et donc leur communauté. Paul Feipeler de la société OpenCar affirme que ces concours représentent « un

apport facile de financements, une forte opération de communication et du réseau » mais il continue en soutenant que c'est également « un lourd investissement en temps qui ne donne aucune garantie. » Cela confirme l'idée de Michael Lafrasse, co-fondateur de l'application Xplora : « Ces concours ne nous ont pas apporté grand-chose. On a toujours été en finale, mais on n'a pas encore gagné pour le moment. C'est donc plus une perte de temps qu'autre chose. » Alors, perte de temps ou bénéfiques ? Tout dépend bien sûr des expériences personnelles de chaque start-up, mais une chose est sûre c'est que le Pépite oZer détient un rôle primordial dans ces concours dans la mesure où préparer les étudiants à correctement répondre aux attentes des jurys leur rendra service peu importe le résultat final.

PRÉCONISATIONS

Il est certain que le Pépité oZer représente un grand avantage pour les étudiants-entrepreneurs en cours de création. Cependant, puisque toute structure pourra toujours évoluer, certaines préconisations peuvent être établies afin d'améliorer le service rendu aux étudiants.

Les ateliers et formations par exemple ne connaissent pas un grand succès et les étudiants n'y trouvent pas de grand intérêt. Paul Feipeler affirme en effet : « Je trouve simplement que les ateliers ne sont pas toujours adaptés pour les projets « plus avancés » et donc pas toujours intéressants. Il faudrait peut-être en faire moins mais avec plus d'intervenants. » Michael Lafrasse, lui, explique pourquoi il n'assiste plus aux événements : « C'est super mal organisé, il n'y a que des personnes du Pépité que l'on voit tous les jours, cela ne nous permet pas de rencontrer des entrepreneurs par exemple, ou même plus généralement de « réseauter. » Il serait ainsi intéressant de recueillir les avis de chacun afin d'améliorer les ateliers au sein du Pépité car ceux-ci ont pourtant pour but d'apporter de nouvelles connaissances et compétences et de nouveaux réseaux aux étudiants, ce qui est un point très important pour leur développement. Pour cela, il faut pouvoir compter sur la bonne volonté des deux parties, c'est-à-dire que les étudiants doivent se sentir concernés en étant force de proposition (par exemple sous la forme d'une boîte à idée), et l'équipe du Pépité doit, elle, s'efforcer de prendre en compte leurs remarques et de les appliquer.

Certains étudiants réclament un accompagnement plus poussé de la part du Pépité avec des séances individuelles programmées à l'avance afin de pouvoir bénéficier des conseils de l'équipe sur des points techniques. Néanmoins, pour d'autres, le but est également de devoir se débrouiller seul, ou du moins avec son équipe, et de ne pas être « couvé » par le Pépité. Ce dernier pourrait alors mettre en place un planning, en ligne ou sous format papier, avec des créneaux disponibles pour des séances individuelles afin que les étudiants intéressés s'inscrivent s'ils en ont besoin. Cela permettrait également pour les étudiants qui participent à des concours de leur donner des conseils plus personnalisés.

Aussi, de nombreux événements sont organisés en dehors de l'agglomération grenobloise, que ce soit par la région ou à l'échelle nationale. Il serait intéressant de donner une solution aux étudiants d'y participer en organisant des trajets en commun. Les étudiants pourraient s'inscrire aux événements proposés pour ensuite mettre en place des covoiturages et ainsi les pousser à se rendre à ces événements toujours bénéfiques pour leur futur personnel et professionnel. De manière générale, chaque événement n'est pas suffisamment mis en avant. Les étudiants n'ouvrent pas toujours leurs mails et ne se rendent pas forcément sur le site internet du Pépité. Ce dernier pourrait ainsi dédier un endroit au sein de l'espace de coworking aux événements avec à disposition de la documentation et un grand planning sur un tableau avec la possibilité de s'inscrire. Un Google Drive serait également une solution alternative pour que les étudiants puissent s'inscrire en un clic.

CONCLUSION

Tout au long de ce rapport de diagnostic, les univers des start-up et des étudiants entrepreneurs se sont vus explorés dans le but de comprendre leurs particularités et ainsi d'établir un avantage certain dans l'existence des Pépites.

Ces dernières années, le gouvernement a pu faire évoluer le monde entrepreneurial avec de nouvelles structures d'accompagnement et de nouvelles formations universitaires. L'entrepreneuriat fut reconnu comme étant un secteur d'avenir puisque de plus en plus de personnes se tournent vers la création d'entreprises. Les étudiants, futurs créateurs de nouveaux marchés et donc de nouveaux emplois, apparaissent comme un potentiel de croissance aux yeux du gouvernement. La création des 29 Pépites en France se présente comme une avancée certaine dans le monde de l'entrepreneuriat aujourd'hui. Ces structures ont ainsi été étudiées avec précision afin d'amener le meilleur service possible aux étudiants en essayant de répondre à chacune de leurs attentes.

Nous l'avons vu, la création d'une start-up, quant à elle, n'est pas une chose simple contrairement à ce que beaucoup imaginent. Innovantes et exerçant dans des domaines en constante évolution, les start-up demandent une grande rigueur de la part des fondateurs afin qu'ils acceptent les changements qui s'opèrent continuellement. Les étudiants souhaitant monter une start-up développent ainsi des besoins notamment en termes de connaissances, compétences, expertises, légitimité, financements et réseaux.

Le cas particulier de la région Auvergne-Rhône-Alpes, et plus particulièrement du Pépité oZer de Grenoble, nous a permis de reconnaître la région comme étant dynamique sur le territoire et de rendre compte des nombreux avantages d'un de ses Pépites concernant les services apportés aux étudiants pour les soutenir dans leurs créations. Malgré quelques améliorations qui pourraient s'effectuer, le Pépité s'avère très utile aux étudiants et, le statut n'existant que depuis 2 ans, nous savons que de nombreux changements vont encore être effectués pour toujours mieux répondre aux attentes des futurs acteurs de demain.

Pour aller plus loin, nous pouvons suggérer que le moment idéal pour entreprendre se présente pendant ou juste après les études. Paul Feipeler d'OpenCar soutient cette idée : « Le premier pas dans le processus entrepreneurial est difficile à faire mais je pense que lorsqu'on est jeune, on y pense moins. Le fait de ne pas être ou d'être moins engagé dans la construction d'une famille limite les risques. De plus à notre âge, on n'a pas besoin de beaucoup d'argent pour vivre alors autant continuer à vivre dans un « confort étudiant » pour quelques années et essayer de monter sa propre activité plutôt que d'attendre d'être quarantenaire pour revenir à ce style de vie plus rudimentaire. » Il est également bien connu que la plupart des entreprises créées par les étudiants sont des start-up à caractère innovant. Néanmoins, il apparaît que 95% des start-up n'ont aucun salarié, que les deux tiers s'évaporent avant leur troisième anniversaire, et que seul un tiers aboutit à une création d'emploi. Plus d'étudiants entrepreneurs apporte, certes, plus de start-up et donc un monde entrepreneurial en expansion, cependant, le but de la France n'est-il pas au final de pouvoir créer de l'emploi ? Quelles mesures employer afin d'augmenter le nombre de salariés dans les start-up et ainsi agir en leur faveur et au service de la croissance ?

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE

MAGAZINE

- ❖ DELANOE-GUEGUEN, Servane. *Les étudiants : un accompagnement particulier pour des entrepreneurs particuliers*. *Entreprendre & Innover*. 2015/3 n°26. P. 18-26

SITES INTERNET

- ❖ L'Étudiant. *Incubateurs : 8 raisons d'en profiter pour devenir entrepreneur*. [En ligne]. Disponible sur : <<http://www.letudiant.fr/jobsstages/creation-entreprise/incubateurs-8-raisons-d-en-profiter-pour-devenir-entrepreneur.html>>.
- ❖ Enseignement supérieur et recherche. *Statut national étudiant-entrepreneur*. [En ligne]. Disponible sur : <<http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid79926/statut-national-etudiant-entrepreneur.html>>.
- ❖ L'Étudiant. *Envie de monter votre boîte ? Profitez du statut d'étudiant-entrepreneur !* [En ligne]. Disponible sur : <<http://www.letudiant.fr/jobsstages/creation-entreprise/envie-de-monter-votre-boite-7-raisons-de-profiter-du-statut-d-etudiant-entrepreneur.html>>.
- ❖ L'Express L'Entreprise. Jean-Pierre Boissin : « *Le statut d'étudiant-entrepreneur est un succès* ». [En ligne]. Disponible sur : <http://lentreprise.lexpress.fr/creation-entreprise/statuts/jean-pierre-boissin-le-statut-d-etudiant-entrepreneur-est-un-succes_1657861.html>.
- ❖ Pépite oZer. *L'esprit d'entreprendre, un atout pour mon avenir*. [En ligne]. Disponible sur : <<http://www.ozer-entrepreneuriat.fr>>.
- ❖ Beelys. *Booster l'Esprit d'Entreprendre*. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.beelys.org/>>.
- ❖ Université Clermont Auvergne & associés. [En ligne] Disponible sur : <<https://www.clermont-universite.fr/-Entrepreneuriat-etudiant->>>.
- ❖ Agence France Entrepreneur. *Liste Pépite*. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.afecreation.fr/pid14172/liste-pepites.html>>.
- ❖ Les Echos. Jean-Pierre Boissin : « *Nous voulons faire mieux connaître le statut d'étudiant-entrepreneur* ». [En ligne] Disponible sur : <<http://business.lesechos.fr/entrepreneurs/aides-reseaux/jean-pierre-boissin-coordonateur-national-des-pepites-nous-voulons-faire-connaître-au-maximum-le-statut-d-etudiant-entrepreneur-207218.php>>.
- ❖ Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche. *Charte de labellisation nationale du diplôme d'établissement « étudiant entrepreneur »*. [En ligne] Disponible sur : <http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/user_upload/PEPITE/Propositions_nationales_maquette_D2E_2014_2015.pdf>.
- ❖ Agence France Entrepreneur. *Créer une startup*. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.afecreation.fr/pid14801/creer-une-startup.html?espace=1>>.

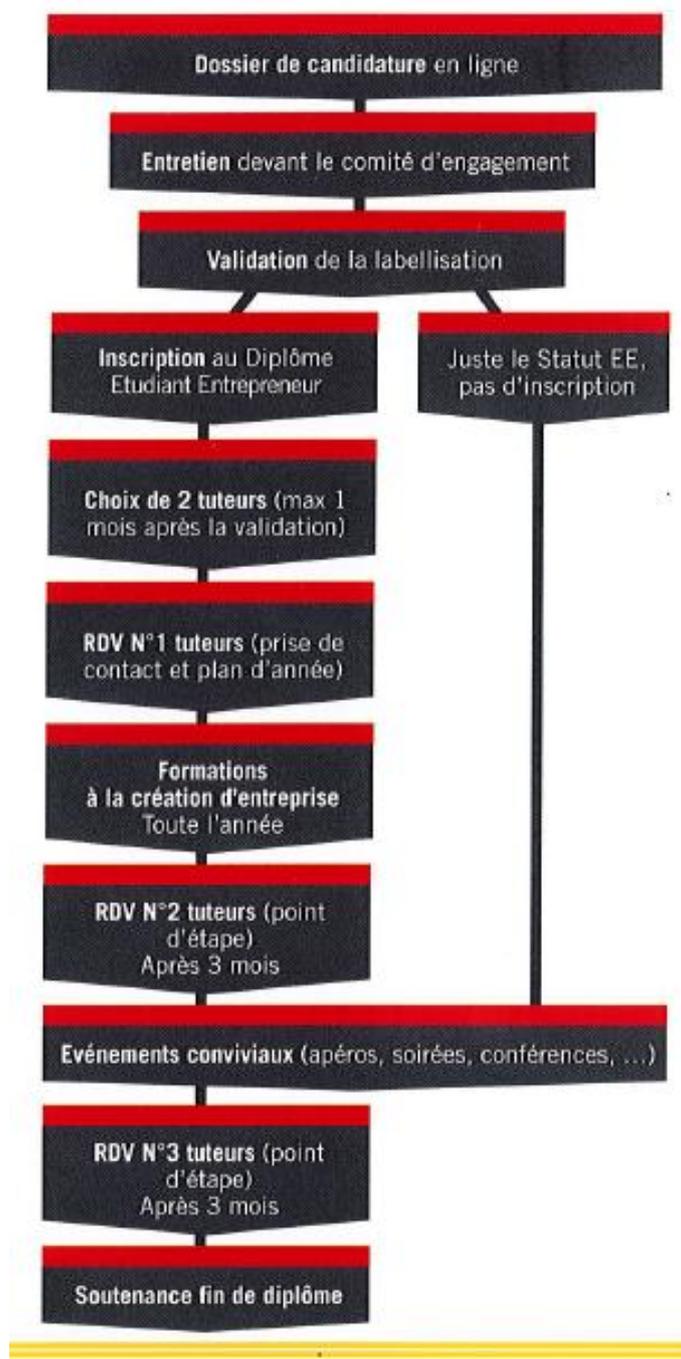
- ❖ L'Express l'Entreprise. *Pépinière, couveuse, incubateur, accélérateur : quelle différence ?* [En ligne]. Disponible sur : <http://lentreprise.lexpress.fr/creation-entreprise/etapes-creation/pepiniere-couveuse-incubateur-accelereur-quelle-difference_1792854.html>.
- ❖ Maddyess. *Entrepreneuriat*. [En ligne]. Disponible sur : <<https://www.maddyess.com/entrepreneurs/2015/09/25/alsace-rhonealpes-bretagne-regions-entrepreneuriat/>>.
- ❖ Grenoble INP. *Grenoble, 2^{ème} ville européenne de l'innovation*. [En ligne]. Disponible sur : <<http://www.grenoble-inp.fr/grenoble-in-press/grenoble-2eme-ville-europeenne-de-l-innovation-587456.kjsp>>.
- ❖ L'Opinion. « *Etudiant-entrepreneur* », le statut qui pourrait tout bouleverser en France. [En ligne]. Disponible sur : <<http://www.lopinion.fr/23-janvier-2015/etudiant-entrepreneur-statut-qui-pourrait-tout-bouleverser-en-france-20624>>.
- ❖ Libération. « *En 2015, la France a créé 525 000 entreprises, devenant le leader européen de la création d'entreprises* ». [En ligne]. Disponible sur : <http://www.liberation.fr/france/2016/05/03/en-2015-la-france-a-cree-525-000-entreprises-devenant-le-leader-europeen-de-la-creation-d-entreprise_1450376>.
- ❖ Enseignement supérieur et recherche. *Entrepreneuriat étudiant : un plan d'action ambitieux*. [En ligne]. Disponible sur : <<http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid74613/entrepreneuriat-etudiant-un-plan-d-action-ambitieux.html>>.
- ❖ Pépite France. *Le site des Etudiants Entrepreneurs*. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.pepite-france.fr/>.
- ❖ Alloweb. [En ligne]. Disponible sur : <http://www.alloweb.org/>.

SOMMAIRE DES ANNEXES

ANNEXE N°1 : SCHÉMA STATUT ETUDIANT-ENTREPRENEUR	47
ANNEXE N°2 : PROGRAMME BOOTCAMP	48
ANNEXE N°3 : PROGRAMME ANNUEL	49

ANNEXE N°1 : SCHÉMA STATUT ETUDIANT-ENTREPRENEUR

PLANNING ANNÉE



ANNEXE N°2 : PROGRAMME BOOTCAMP

INVITATION

Beel's
Booster l'esprit
d'entreprendre

ozer
ENTREPRENEUR
ETUDIANTS

AUVERGNE – Rhône-Alpes

BOOTCAMP RÉGIONAL
ÉTUDIANTS-ENTREPRENEURS / TUTEURS-MENTORS
LES 10 ET 11 JUIN 2016 À AUTRANS



THÈME : DÉMARRAGE DE L'ACTIVITÉ

AU PROGRAMME LE VENDREDI 10 JUIN 2016

09h00 – 09h30	Accueil
09h30 – 10h00	Lancement du bootcamp
10h00 – 12h30	World Café – Thématique : vos points de blocage dans vos projets <i>Au sein d'un groupe, vous identifierez les points de blocage de vos projets et travaillerez à y répondre grâce à un format participatif et dynamique.</i>
12h30 – 14h00	Déjeuner
14h00 – 17h00	Atelier de co-développement – Thématique : le démarrage d'activité <i>Au sein d'un groupe constitué de 4 porteurs de projets et d'1 ou 2 tuteurs, vous jouerez le rôle de consultant pour répondre à la problématique posée par un porteur de projet puis les rôles seront inversés et ce sera à vous d'exposer votre problématique pour être conseillé.</i>
17h00 – 17h30	Pause
17h30 – 19h30	Atelier participatif – Thématique : prototypage de l'accompagnement <i>Pour vous, que signifie un accompagnement réussi ? Avez-vous le même point de vue sur la question que les tuteurs ? Et quels moyens mettre en face pour que cet accompagnement soit réussi ? C'est ce que vous découvrirez pendant cet atelier.</i>
19h30	Cocktail dinatoire
21h00	Soirée libre avec proposition d'activités : tournoi de coinche, tournoi de ping-pong, brasserie du Vercors...

ANNEXE N°3 : PROGRAMME ANNUEL



TABLE DES MATIERES

DÉCLARATION ANTI-PLAGIAT.....	5
AUTORISATION DE DIFFUSION	6
SOMMAIRE.....	7
REMERCIEMENTS.....	8
FICHE D'IDENTITÉ.....	9
INTRODUCTION	10
PARTIE 1: - DANS QUEL ENVIRONNEMENT LES PÉPITE AGISSENT-ILS ?.....	11
CHAPITRE 1 – L'ENTREPRENEURIAT : UN DOMAINE EN MUTATION	12
I. Les différents dispositifs d'accompagnement en faveur de l'entrepreneuriat	12
II. Le développement de l'entrepreneuriat au service des étudiants	14
CHAPITRE 2 – PÉPITE FRANCE : UN FONCTIONNEMENT BIEN SPÉCIFIQUE.....	16
I. Le fonctionnement commun des Pépité.....	16
II. Le processus de candidature.....	18
III. Les spécificités propres à chaque Pépité	18
CHAPITRE 3 – LA RÉGION AUVERGNE-RHONE-ALPES : UN TERRITOIRE DYNAMIQUE	20
I. L'entrepreneuriat et l'innovation au cœur de l'action	20
II. L'existence de trois Pépité au sein de la région	21
PARTIE 2 - QUELLES SONT LES CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES LIÉES AU DÉVELOPPEMENT DES START-UP ?.....	24
CHAPITRE 4 – LA CRÉATION DE START-UP : DIVERSES ÉTAPES PRIMORDIALES	25
I. Les caractéristiques communes des start-up	25
II. La cohérence idée / projet personnel	25
III. L'étude de marché et le business plan	26
IV. Le lancement du projet sur le marché.....	29
V. La création de l'entreprise.....	31
CHAPITRE 5 – LES ÉTUDIANTS PORTEURS DE PROJET : DIFFÉRENTS BESOINS A COMBLER	32
I. Des besoins en compétences et expériences.....	32
II. Des besoins en termes de réseaux	32
PARTIE 3 - QUELS SONT LES APPORTS DU PÉPITE OZER AUX ÉTUDIANTS CRÉATEURS ET A LEURS PROJETS ?.....	34
CHAPITRE 6 – L'ACCES A UN ENVIRONNEMENT FAVORABLE A LA CRÉATION	35
I. Un espace de travail comme soutien	35
II. Un aménagement adéquat.....	36
CHAPITRE 7 – L'ACQUISITION D'UN ACCOMPAGNEMENT PROFESSIONNEL.....	37
I. Un suivi individuel et personnalisé.....	37
II. Un accompagnement collectif.....	38
CHAPITRE 8 – LA MISE A DISPOSITION D'UN PROGRAMME VARIÉ ET OPPORTUN	39
I. Des événements organisés au sein du Pépité oZer.....	39
II. Des opportunités externes	40
PRÉCONISATIONS.....	42
CONCLUSION	43

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE.....	44
SOMMAIRE DES ANNEXES	46
TABLE DES MATIERES	50
RÉSUMÉ.....	52

RÉSUMÉ

Ce rapport de diagnostic fait l'état des conditions de création d'une start-up au sein d'un Pépité (Pôle Étudiant Pour l'Innovation, le Transfert et l'Entrepreneuriat).

Aujourd'hui, le monde entrepreneurial cherche à pousser les jeunes à la création et, de ce fait, le nombre de start-up ne cesse d'augmenter en France.

Cela explique l'existence des Pépité qui apportent de nombreux avantages et des solutions afin de répondre aux besoins et aux attentes de ces jeunes au grand potentiel.

MOTS CLÉS :

Pépité / Etudiants / Entrepreneuriat / Création / Start-up.