RILE
PÉPINIÈRE D'ENTREPRENEURS

Livre Blanc

Synthèse du forum d'échanges et de partages
tenu à "la Boiserie" de Mazan, le 3 Novembre 2016

AVERTISSEMENT

Ce LIVRE BLANC est la trace d'une comète.
Celle d'une journée d'échanges et de rencontres, organisée à Mazan (Vaucluse) le 3 novembre 2016, à l'occasion des 20 ans de la pépinière d'entreprises RILE, pour rassembler les acteurs du territoire qui œuvrent pour l'accompagnement des créateurs d'entreprises ou des responsables des jeunes entreprises, et à travers eux, pour l'emploi local : associations, experts-comptables, consultants, banques et organismes financiers, élus locaux et représentants des services de l'Etat…
Durant toute une journée, la parole a circulé entre "ceux qui font" et "ceux qui aident à faire", et chacun a pu repartir plus éclairé et plus riche d'informations sur les conditions de la route qu'emprunteront demain les futurs entrepreneurs.

Je veux ici remercier chaleureusement tous ceux qui ont permis que cette journée se déroule dans les meilleures conditions et soit considérée par les témoins comme une belle réussite :

- la directrice et les salariés du RILE, qui se sont mobilisés pleinement avec ardeur toute l'année sur cette manifestation,
- la commission "Communication" composée d'administrateurs du RILE qui se sont personnellement investis pour en définir et enrichir les contenus,
- le maire de Carpentras et président de la COVE, Francis ADOLPHE, qui a cru en ce projet et l'a encouragé dès le départ,
- le maire de Mazan, Aimé NAVELLO, qui a mis sa magnifique salle de la "Boiserie" à notre disposition,
- mon ami Claude ESCLATINE, qui a accepté de venir bénévolement faire le propos introductif à cette journée, lui qui n'a jamais cessé durant toute sa brillante carrière, d'être un créateur d'entreprises,
- l'animateur de notre journée, David BERARD (France Bleu Vaucluse), ainsi que tous les intervenants bénévoles qui ont mis leurs compétences et leur expérience au service de la collectivité pour que l'avenir soit mieux éclairé : Jean-Louis BERTHOLLE (Crédit Agricole Alpes-Provence), Sandrine CHABANIS (Initiative Ventoux), Alain DEBEIR (Sikaru), Christophe GILLES (Algovital, Mormoiron), Monique GOURDIN (et les élèves du CFPPA du Vaucluse), Guillaume GRASSET (Pépinière L'Espélidou, Ardèche méridionale), Aurélia LAURENT (Réseau des Pépinières Auvergne-Rhône-Alpes), Jean-Michel MERLO (Pôle Emploi PACA), Catherine REIMAT (et ses élèves du Collège A. Malraux de Mazan), Jean-Louis TARTEVET (Grand Delta Angels),
- le réalisateur du film "Paroles d'entrepreneurs", Pierre NICOLAS (Avance Entreprises), et les chefs d'entreprises (anciens ou actuels adhérents du RILE) qui se sont prêtés aux entretiens,
- le vice-président du Conseil départemental de Vaucluse Jean-Marie ROUSSIN, qui a procédé à la conclusion des débats de la journée,
- et le sous-préfet de Carpentras Jean-François MONIOTTE, pleinement engagé pour la cause entrepreneuriale, qui a bien voulu préfacer ce Livre Blanc.

Ma gratitude va également à tous nos sponsors sans qui cette manifestation n'aurait pu se tenir, parmi lesquels nombre d'adhérents du RILE, et à notre député Julien AUBERT, qui l'a accompagnée par une contribution financière.
Je remercie enfin, pour son engagement et son efficacité, notre consultante en communication Aurélie CAPGRAS, qui a supervisé l'organisation du Forum et réalisé l'enquête qualitative post-forum auprès de 15 participants, source complémentaire du présent Livre Blanc.

A tous et aux nombreux participants, avec ma reconnaissance, je confie ce document à vos réflexions et à vos suggestions afin d'enrichir l'action du RILE face aux défis du futur, comme on jette une bouteille à la mer, tout en sachant bien que comme la comète, elle laissera des traces comme autant de repères sur la route des aventuriers d'aujourd'hui et de demain.

Louis Terrier, Président du RILE

SOMMAIRE

PREFACE de Jean-François MONIOTTE, sous-Préfet de Carpentras 5

***"Audace et Innovation" : la posture nécessaire aux nouveaux entrepreneurs face au tsunami numérique* 6**

I. Un monde de « SERVICES » 6

II. Un environnement qui se dématérialise 8

III. Une mutation des modèles économiques, un changement de paradigme 9

IV. Un Nouveau Monde, structuré autour d'antagonismes difficiles à gérer, mais favorables aux nouveaux entrepreneurs 9

I. Les créateurs d'entreprises et leur environnement 11

Des entreprises à taille humaine 11

Des personnes parfois fragilisées 11

L'évolution des mentalités 11

Un monde plus collaboratif 12

L'émergence d'une conscience sociale 12

Le problème de la gestion du temps 13

L'impact de la crise économique sur la création d'entreprises 13

Un monde de plus en plus complexe 13

Le rôle du numérique dans la création d'activité 14

II. Les spécificités du bassin de Carpentras 15

Les enjeux du territoire 15

Le rôle des collectivités locales 15

Les structures d'accompagnement face à la politique territoriale 16

Des projets en vue 16

III. Les services aux jeunes entreprises 17

3.1. Les besoins des jeunes entreprises 17

Rompre l'isolement du chef d'entreprise 17

La mise en réseau 17

Des besoins techniques précis 18

S'adapter à l'économie numérique 18

La fiscalité et les obligations sociales 18

3.2. Le financement 19

De nombreuses possibilités de financement 19

Le financement public 19

Le rôle des banques 19

Les nouveaux modes de financement 20
Le financement participatif 20
L'intérêt de l'accompagnement 21
L'impact du numérique 21
3.3. L'accompagnement et l'hébergement 21
Accompagner dans la complexité des démarches 21
Une relation humaine 22
Se former au numérique 22
Un hébergement adapté 22

IV. Le rôle des accompagnants 23
Cartographier les acteurs et offrir une porte d'entrée 23
Un accompagnement dans la durée 24
Le rôle de l'humain 24
Développer la créativité 24
Se confronter à la réalité 25
Encourager l'entrepreneuriat 25

V. L'évolution attendue de l'offre du RILE 26
Un accompagnement pour tous dans la durée 26
Capitaliser sur le réseau des adhérents et des anciens 26
Trouver des financements privés complémentaires 26
Apporter des expertises complémentaires 27
Favoriser le lien entre entrepreneurs et territoire et mieux contribuer à la dynamique de l'emploi 27
Diversifier l'offre d'hébergement 27
Se former au numérique 28
Développer l'innovation 28
Mieux communiquer 28
Gagner en réactivité 29
Sensibiliser les jeunes 29
Autres pistes à creuser 29

CONCLUSION 30

PREFACE

La pépinière d'entrepreneurs du RILE a fêté ses 20 ans en 2016.

Plutôt que de regarder et analyser son bilan (flatteur) dans le rétroviseur, ses responsables ont préféré mettre en place une journée d'échanges destinée à mettre en perspective les évolutions constatées en matière de création d'activités et de développement des jeunes entreprises, en vue de mieux accompagner les jeunes entreprises.

Cette journée était donc ouverte à celles et ceux qui sont engagés aux côtés du RILE, et qui ont placé leurs compétences et leurs énergies au service d'une belle ambition : l'envie d'entreprendre.

Cet anniversaire, c'est aussi celui des 3 000 entrepreneurs que le RILE a accompagnés au cours de ces vingt années d'activité, dont les entreprises (dont 3 sur 4 existent toujours) ont permis la création de plusieurs milliers d'emplois au sein d'un bassin économique dont on sait les difficultés. C'est dire l'importance que revêt dans cette région du Comtat Venaissin l'accompagnement des jeunes entreprises.

L'entrepreneuriat doit être l'une des voies offertes à nos concitoyens pour trouver leur équilibre dans le travail et leur place dans la société. C'est pourquoi il appartient à l'Etat et à ses partenaires d'en faire « l'affaire de tous ».

L'entrepreneuriat doit être une des solutions qui s'offre aux demandeurs d'emploi pour retrouver le chemin de l'emploi. L'entrepreneuriat doit également constituer une voie d'insertion professionnelle pour les jeunes de notre pays.

Aujourd'hui, plus de 20% des créateurs d'entreprise ont moins de 30 ans. Mais beaucoup n'osent pas se lancer en raison de leur manque d'expérience, de la difficulté d'accès aux financements bancaires, ou, tout simplement, par manque de confiance en soi.

Donner envie et donner les clefs, voilà les missions que partage l'Etat avec une association telle que le RILE, dont je me plais à saluer l'action.

Jean-François MONIOTTE, sous-Préfet de Carpentras

“Audace et Innovation” : la posture nécessaire aux nouveaux entrepreneurs face au tsunami numérique

Propos introductif de Claude ESCLATINE, ancien Directeur Général adjoint de France Télévisions et responsable du réseau national France Bleu

Depuis plus de vingt ans, nous avons abordé la “3ème révolution Industrielle”.
Elle est charpentée autour de trois mots-clés : NUMERIQUE-ROBOTIQUE-DOMOTIQUE.
André Malraux avait prédit que le XXI° siècle « serait spirituel ou ne serait pas ». C’est dans cette vision, qui vise à faire s’interroger l’homme sur son devenir, qu’on peut qualifier cette révolution de « servicielle » et d’immatérielle. Comme autant d’ingrédients au menu des nouveaux entrepreneurs.

I. Un monde de « SERVICES »

Plus aucun secteur d’activité, plus aucun métier, plus aucune entreprise ou organisation, ne peut aujourd’hui prétendre rester à l’écart du TSUNAMI NUMÉRIQUE qui a atteint nos plages de confort des « trente glorieuses ».
Comme consommateurs, utilisateurs, clients, intermédiaires, producteurs au large sens du terme, nous sommes tous dans le flot.
Quelques exemples parmi les plus impactés : le tourisme et les voyages, l’enseignement (à distance ou par MOOC), les loisirs et toutes les activités culturelles, les médias d’information, les services à domicile, les transports, le télétravail (65% des français y sont « très favorables »), les assurances, le e-commerce (au détriment des magasins indépendants ou des grandes surfaces), le courrier, les livraisons, l’artisanat de production, le sport, etc.
Nos nouveaux comportements, dont nous sommes plus ou moins conscients, que nous acceptons avec plus ou moins d’enthousiasme, impliquent une réallocation de nos temps personnels et de nos temps professionnels, le choix de nos lieux de vie. Ils fabriquent de la sédentarisation pour que, paradoxalement, nous restions mobiles. Pour mieux partager, ils nous imposent d’être « scotchés » sur nos écrans. En grande solitude.

D’innombrables marchés émergents apparaissent et prospèrent sur le terreau des vieilles industries. On n’extrait plus de charbon, on ne fabrique plus d’acier avec du fer, on ne porte plus de chapeau au quotidien. On ne se marie plus grâce au Chasseur Français. On contrôle des énergies renouvelables, on crée des alliages de plus en plus « intelligents », on tisse des vêtements avec des capteurs analyseurs de notre santé. On lie connaissance par l’entremise de sites de rencontres.

Les technologies issues du trio Numérique-Robotique-Domotique, abondent et sont autant de nouvelles activités commerciales et entrepreneuriales :

- *la santé et le bien-être (contrôle, surveillance, automédication),*

- *la télémédecine et tous ses périphériques,*
- *les services à domicile (enfants, personnes dépendantes),*
- *artisanat de production sur mesure (maisons, décoration, connections à distance),*
- *sécurité et surveillance (les assurances),*
- *l'information qu'elle soit de proximité, de niche ou du plus lointaine,*
- *la vie affinitaire (d'où l'explosion du métier de « Community Managers »),*
- *toutes les formes de rencontres (amicales, amoureuses, recrutement, conseils),*
- *les pratiques sportives (dont le tout nouveau e-sport),*
- *l'apprentissage des langues et des enseignements très spécialisés...*

Ces technologies croissent de manière exponentielle, tant en qualité qu'en quantité : la Réalité Augmentée (qui isole les individus dans des casques vidéos 3D), la 3D dans le Cinéma et la Télévision, les imprimantes 3D qui autorisent la production de prototypes en séries, le son 5.1, devenu 26.2 au cinéma, et même « surrounding sound » pour la musique (mieux qu'avec nos oreilles)...

<u>Le divertissement et l'information</u>

Nous sommes devenus malades d'« infobésité », phénomène contagieux qui risque d'engloutir nos vies. De nous noyer dans un flux qui nous rend totalement « addicts ». Autrefois simple lecteur ou simple spectateur/auditeur, chacun de nous peut prétendre à être « journaliste d'un jour », voire auto-producteur de ses propres talents (littéraires, musicaux, sportifs) grâce aux réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Snap, Périscope, Instagram).
*Tout se résume désormais à travers l'acronyme **ATAWAD** (AnyTime, AnyWhere, Any Devices), soit : N'IMPORTE QUAND, PARTOUT et sur TOUS LES SUPPORTS.*
Sauf que la hiérarchie économique des supports proposés en ressort complètement inversée : la presse papier souffre le martyre et la majorité des titres quotidiens ou hebdo agonisent ; la télévision et la radio dites « linéaires » voient leurs audiences fondre comme neige au soleil ; le papier disparaît progressivement au profit d'une information dématérialisée (gestion des comptes bancaires, assurances, impôts, services publics...).
Le grand vainqueur, partout dans le monde, est le téléphone portable, le « smartphone ». Il va jusqu'à marginaliser la tablette numérique reléguée au statut d'intermédiaire entre le portable, l'ordinateur et le terminal télévision.

<u>Les modèles économiques en sortent profondément modifiés</u>

Quelques grandes entreprises dominent le marché mondial, toutes américaines (Apple, Facebook, Google, Amazon, Netflix, Yahoo, MSN...). Elles engrangent des marges bénéficiaires et des capacités d'investissement colossales.
En France, des entreprises de taille moyenne, qui savent dépasser leur marché national, courent après une rentabilité précaire, en dents de scie, qui les obligent souvent à s'adosser à des groupes mondiaux de télécommunications (SFR, Nokia, Canal, Dailymotion, Deezer).
De nouveaux entrepreneurs émergent (PME, jeunes entreprises ou start-up) dont l'équilibre économique passe par l'exploitation de marchés de niche (marchés de proximité, technologies pointues, B-to-B très spécialisés, mais rares sont ceux qui dégagent des marges substantielles leur facilitant l'autofinancement de leur croissance et la diversification souvent envisagée.

De ces brassages multiples est né un nouveau vocabulaire tenant de la sémantique « franglaise », voire de sabir communautaire, qui traduit une réalité évolutive mais nécessite pour les jeunes générations au moins sa compréhension, au mieux son usage pour ne pas risquer de décrocher dans les relations commerciales et contractuelles des nouveaux entrepreneurs : crowdfunding pour financement participatif, equity pour capital-fonds propres, pitch ou draft pour présentation succincte, replay pour visionnage sur le web d'une émission déjà diffusée, ou encore Big Data pour gestion de données par milliards, etc.

II. Un environnement qui se dématérialise

On croise cette dématérialisation quotidiennement lorsqu'on évoque le e-cloud, appellation qui porte sa part de mystère par tout ce qu'elle évoque de nuageux et d'éthéré, mais qui cache de gigantesques centres serveurs travaillant à la nanoseconde en partageant et conjuguant les données (data) dans tous les points du globe. Idem, pour le réseau de satellites, dont plusieurs milliers sont géostationnaires, pour faciliter nos appels téléphoniques (Skype). Encore pour la TNT (Télévision Numérique Terrestre), qui, sans ses fréquences numériques qui nous « enveloppent », rendrait impossible l'accès aux 27 chaînes gratuites que 45 millions de français regardent quotidiennement sans se poser de questions.

Cette dématérialisation des transactions commerciales et des actes de la vie civile a offert ***l'immédiateté****. Tout est accessible en temps réel ou en un temps record : les prévisions météo ; les livraisons de pizzas, de livres, de musique, de cadeaux ; la surveillance des avions dans le ciel, l'arrivée des trains, des métros, des bus, des avions à la minute près ; la visite virtuelle ou accompagnée de villes touristiques et de leurs principaux musées, l'obtention d'un relevé bancaire ou d'un document officiel*

La dématérialisation abolit les distances et crée une exigence de proximité sur mesure : une grand-mère peut parler gratuitement à son petit-fils à l'autre bout du monde et l'apercevoir dans son environnement. Un mélomane retrouve la trace d'une uvre qui n'existe plus en disque et peut l'enregistrer sur son disque dur. Un chercheur brésilien en Histoire peut se brancher sur la gigantesque bibliothèque de la Bibliothèque Nationale de France et sa base de données, pour obtenir lecture d'un document rare, qui ne peut être accessible car très fragile, mais qui a été numérisé. Un habitant de San Diego à la veille de fêter ses 25 ans de mariage peut se faire livrer par Amazon, le cadeau dont rêve son épouse, qui pourra même bientôt lui être livré par un drone

La dématérialisation porte cependant le risque d'une forme d'infantilisation des clients-utilisateurs et clairement amplifie certaines inégalités sociales, économiques et géographiques.

III. Une mutation des modèles économiques, un changement de paradigme

En France, les services publics et tout ce qui est apparenté à la « puissance » publique, ne font pas toujours le poids face au secteur privé, dont la rapidité de décision et d'exécution face à une réactivité insuffisante des administrations (exceptions pour la Poste, les services fiscaux, l'État Civil et même l'Armée) et la capacité d'investissements née de marges bénéficiaires parfois considérables, constituent des atouts déterminants.
C'est le cas pour les télécommunications, les services sociaux, les systèmes de transports, les structures d'enseignement, les services liés à l'emploi et à la formation, la diffusion de musique tous secteurs qui sont en plein c ur de ces transferts.

Car il s'agit bien de TRANSFERTS MASSIFS DE VALEUR. Les origines en sont multiples : les Etats sont de plus en plus impécunieux, avec des déficits budgétaires lourds qui imposent des arbitrages souvent sensibles. Un vent de libéralisme accompagne le mouvement de décrue de ces moyens nés de l'impôt. Certains des utilisateurs-clients peuvent être victimes de cette évolution (personnes âgées, chômeurs, résidents en milieu rural, personnes handicapées, faibles revenus). A contrario, beaucoup de nouveaux entrepreneurs peuvent y trouver le terreau de leurs projets, sans en négliger la dimension humaine.

Le transfert massif de valeur trouve aussi sa source avec le numérique, lorsque l'utilisateur n'est pas, ou plus, le payeur (exemple : le lecteur d'un quotidien qui ne l'achète plus au kiosque ou au libraire du coin mais qui en lit sur son smartphone, à l'heure qu'il décide, le résumé numérique). D'autant que la compensation de l'achat n'est plus comblée par l'apport publicitaire sur les supports numériques. Et la fiscalité à l'échelle internationale est totalement confiscatoire de valeur : les grands opérateurs mondiaux (majoritairement américains), jouant avec un ricochet de paradis fiscaux, font perdre aux États des sommes considérables d'impôts sur les sociétés (en France, on estime que les sommes concernées sont de l'ordre de 50 à 60 milliards d'euros par an, soit quasiment le déficit budgétaire annuel !).

IV. Un Nouveau Monde, structuré autour d'antagonismes difficiles à gérer, mais favorables aux nouveaux entrepreneurs

Comme avec les générations précédentes, nous vivons une fois encore une « fracture de générations ». Avec la "Génération Y" (actuellement les 20/35 ans) et plus encore, la génération des "Milleniums" (actuellement les 10/25 ans), on remet en cause les acquis de la génération de Mai 68 ou les bénéficiaires des Trente Glorieuses. Les systèmes de valeurs sont naturellement conflictuels, avec des divergences profondes sur le sens du Travail, la notion d'équilibre de vie (vie personnelle / vie professionnelle), la place de l'Argent et la notion d'épargne, la place de la famille et sa précarisation mieux assumée, le retour du fait religieux, la durée de vie, le concept de retraite qui se noie dans le brouillard de l'avenir.

Le secteur imbriqué du Numérique-Robotique-Domotique est le faux-ami du développement durable. L'alimentation des serveurs, des moyens de transmission, des terminaux par milliards consomme une énergie considérable. On tait pudiquement le calcul global du Co2 numérique.

L'Instantanéité et la Proximité, si pratiques et agréables soient-elles, anesthésient la prise de distance, l'analyse et la capacité d'apprentissage progressif. L'Humain n'y trouve pas forcément son compte, ni dans son rythme quotidien, que la nature ne sait pas compresser numériquement (24 h seront toujours 24 h), ni dans sa capacité paradoxale à démultiplier les partages en rendant encore plus solitaire chacun de ses « bénéficiaires ».

La connexion permanente, la connexion à distance (chère aux applications domotiques), l'hypra-localisation, facilitent et réduisent nos libertés individuelles et nos capacités cognitives. L'intelligence artificielle, dont les progrès rapides laissent croire que dans beaucoup de ses fonctions basiques, le robot pourra se substituer à l'Homme, et la réalité virtuelle, amplifient et contractent tout à la fois, notre intelligence neuronale. Nos deux lobes cervicaux, dûment spécialisés dès la conception, s'entrechoquent dorénavant.

La gratuité revendiquée par de nombreux services numériques, est une escroquerie. Rien n'est gratuit. Tout à un coût. Toujours pris en charge par un maillon de la chaîne de valeur. Ainsi dans le cas de la télévision numérique ou des systèmes de réservation ou de livraison : le coût de la conception et le coût de la transmission vers le terminal du client est payé soit par un annonceur publicitaire, soit par le gestionnaire du service qui l'incorpore au prix du service rendu

Les "nouveaux entrepreneurs" doivent désormais intégrer tous ces paramètres, sans les craindre et en les maîtrisant le mieux possible.

Le numérique est devenu une « écriture » dont chaque entrepreneur ne peut ou pourra se passer.

Il doit se questionner en permanence sur SA propre chaîne de valeur ajoutée de SON entreprise : où sont SES actifs matériels (machines, usine, bureaux) et immatériels (logiciels, brevets, marques). Qui sont SES vrais clients qui payent concrètement et qui sont SES utilisateurs.

Les réponses appropriées impliquent que l'entrepreneur connaisse cette écriture, parle ce nouveau langage et maîtrise les codes. Ce qui repose sur un engagement fondé sur l'Audace et l'Innovation, ingrédients indispensables pour affronter les périls de demain.

Claude ESCLATINE

I. Les créateurs d'entreprises et leur environnement

Les créateurs d'entreprises évoluent dans un environnement mouvant. Au-delà des tendances de fond (développées dans son introduction par Claude Esclatine), les entrepreneurs sont impactés par un contexte politique, économique, sociétal en constante évolution, qui constitue autant d'éléments qu'il faut prendre en compte.

Des entreprises à taille humaine

De nombreuses créations d'entreprises se font à taille humaine. Le développement du statut de micro-entreprise, qui correspond en 2015 à 43% des créations d'entreprises[1], n'implique pas forcément de levées de fonds ou de produits innovants. La volonté du créateur est de subvenir à ses besoins en développant sa propre activité.

Le rôle des accompagnants est souvent de faciliter l'émergence du projet, de valider la viabilité de l'activité et la correspondance avec le profil de l'entrepreneur. L'approche de la création d'entreprise doit être adaptée au public.

Des personnes parfois fragilisées

Les entrepreneurs sont parfois des personnes qui ont connu l'échec scolaire ou professionnel. Dans ce cas, aller en formation est souvent vécu comme un retour à l'école.

Devenir entrepreneur ne signifie pas uniquement maîtriser un métier. Il faut se connecter à son environnement. Parfois, les difficultés sont d'ordre relationnel, à travers des soucis d'élocution ou de maîtrise du français.

Le rapport aux administrations peut être compliqué. Il peut être utile de démystifier le rôles des collectivités. Certains ne sollicitent pas d'aide car ils ont peur des contreparties attendues.

L'évolution des mentalités

Les changements de mentalité de la "génération Y" (les créateurs actuels) et de celle des "Milleniums" (ceux de demain) sont des éléments importants à prendre en compte pour comprendre l'évolution de l'entrepreneuriat, avec des visions plus sociétales et responsables de l'Entreprise. La crise économique a eu comme répercussion de modifier le rapport au monde des générations futures. La prise de conscience grandissante de l'environnement

[1] Source INSEE

associée à une réalité économique mouvante a remis en cause le modèle précédent de l'économie. De ces constats est née une volonté de redonner du sens à la vie.

Ces jeunes adoptent une approche différente de leur carrière professionnelle : volonté de gagner en autonomie, en responsabilisation, mise à mal du schéma classique de l'entreprise comme source de travail et d'épanouissement, importance donnée à la vie personnelle et familiale... La création d'activité apparaît alors comme une forme plus adaptée pour répondre à cette affirmation des besoins de chacun.

Au-delà des jeunes générations, on observe cette tendance sociologique plus largement. Des personnes en "2ème vie professionnelle", notamment des cadres, s'orientent également vers des formes plus souples de travail. L'émergence du télétravail en est un reflet. Notre économie est en train de se réinventer.

Un monde plus collaboratif

Les nouvelles générations appréhendent le monde différemment de leurs aînés. Connectés à internet depuis leur naissance, les jeunes conçoivent leur relation au monde dans cette hyper-connectivité, qui entraîne réactivité, transparence et proximité.

Le développement du collaboratif est intégré à tous les niveaux. A l'émergence de nouveaux entrepreneurs s'ajoutent de nouvelles formes d'entreprises : mutualisation des moyens et des ressources, développement de l'intelligence collective, des modes de décision et de financement participatifs, entreprise libérée...

Plus nomades, moins attachées au matériel, les jeunes générations ont aussi un autre rapport au lieu de travail. Le développement des espaces de coworking reflète cette tendance.

L'émergence d'une conscience sociale

Le développement des courants tels que "Les Colibris", l'éducation positive et bienveillante, le développement durable sont autant d'indicateurs de changement en profondeur de notre société.

Dans le monde entrepreneurial, l'économie sociale et solidaire est en expansion. Un monde plus solidaire se dessine. Les tendances du recyclage, le bio, le slow food, montrent un visage de l'entrepreneuriat plus humain, plus solidaire. La volonté de s'orienter vers plus de qualité émerge, à un niveau relationnel mais aussi pour les produits et les services.

Le développement des circuits courts, en agriculture notamment, mais aussi l'expansion des différents réseaux d'initiatives locales, illustrent la création d'une économie de territoire, ancrée localement, portée par des personnes engagées.

Pour accompagner l'émergence de ces tendances structurelles, le statut juridique des entreprises évolue également : coopératives d'activité, réseaux d'entreprises, contrats employé-salarié, SCOP, SCIC... Les possibilités de développer un projet d'entreprise plus collaboratif, plus ouvert aux salariés et moins "rigide" que le modèle traditionnel existent.

Le problème de la gestion du temps

De manière globale, les chefs d'entreprises n'ont pas le temps de prendre du recul, alors qu'ils sont l'objet de multiples sollicitations. Comment acquérir une discipline individuelle et éviter la submersion ? Comment faire le tri dans les priorités, choisir les bonnes formations, sélectionner les événements importants ?

Certaines structures d'accompagnement proposent des formations appropriées, mais qui peinent parfois à faire le plein, faute de temps... Le déplacement dans les locaux de l'entreprise, au plus près du chef d'entreprise est un élément qui a tout son sens.

L'impact de la crise économique sur la création d'entreprises

Depuis la crise économique apparue en 2008, les institutions ont encouragé le développement de l'entrepreneuriat, voyant par ce biais un moyen de pallier la baisse récurrente des offres d'emplois salariés.

L'investissement des collectivités territoriales, soutenu par des dispositifs d'Etat, a entraîné une montée en puissance de la création d'entreprises depuis 2009.

L'évolution de la fiscalité, avec la création facilitée du statut d'auto-entrepreneur, puis de la micro-entreprise, a encouragé de nombreuses personnes à prendre la voie de l'entrepreneuriat pour retrouver une activité, notamment parmi les demandeurs d'emplois.

Un monde de plus en plus complexe

Le monde qui nous entoure est de plus en plus complexe. La communication, la gestion de l'entreprise demandent encore plus de compétences. Il est nécessaire d'être performant dans son métier mais pas seulement : le monde d'aujourd'hui demande une grande capacité d'adaptation, de connexion avec les autres, de tri parmi une multitude d'informations.

Dans ce contexte, il est indispensable de trouver des relais. S'ouvrir au monde et à l'autre devient une obligation pour s'en sortir.

Le rôle du numérique dans la création d'activité

La révolution numérique impacte la vie de l'entreprise. Elle modifie les comportements, tant en termes de gestion financière que du traitement des clients, de la communication et de la gestion des ressources humaines.

Internet met à disposition des outils de gestion en ligne, facilite les études de marché, la commercialisation. Cette révolution dans le parcours de création et dans la vie de l'entreprise nécessite des compétences particulières.

Même si la réussite des géants du Web (les "GAFA" : Google, Apple, Facebook, Amazon) a pu donner envie à certains de se lancer dans les nouvelles technologies, la majorité des entreprises, notamment dans le Vaucluse, se développent de manière traditionnelle autour des activités de service. Cependant, ces évolutions numériques qui concernent toutes les catégories d'âges et tous les types d'entreprises, ne dispensent pas d'un partenariat humain (accompagnement, formation, tutorat/mentorat, coaching).

Ainsi que l'a exprimé un participant : "le digital est un accélérateur, il permet d'aller plus vite. L'accompagnement permet d'aller plus loin."

II. Les spécificités du bassin de Carpentras

Les enjeux du territoire

Le bassin de vie de Carpentras est un petit territoire, ce qui offre aux entreprises une bonne visibilité, mais aussi un marché restreint. Le Vaucluse est un département pauvre, avec un important taux de chômage. 65% des dossiers de créations d'entreprises sont des micro-entreprises.

La structure plutôt rurale du territoire entraîne un isolement plus prononcé des créateurs. Il est donc nécessaire de travailler ensemble, de répondre à des appels à projet à plusieurs, de développer l'esprit collaboratif. Créer du lien et de la transversalité entre secteurs d'activité différents est un enjeu fort du territoire.

Le territoire souffre d'un retard en termes d'infrastructures, de mesures de soutien. Des apports techniques et logistiques peuvent faire la différence, comme par exemple la connexion via la fibre optique.

Pourtant, c'est aussi un territoire où l'ancrage local est fort. Les habitants sont attachés à leur lieu de vie et souhaitent s'y implanter professionnellement. C'est d'ailleurs un territoire d'entrepreneurs.

Le rôle des collectivités locales

Les collectivités locales, et particulièrement les intercommunalités, ont pour mission de dynamiser le développement territorial et de faciliter l'implantation des entreprises. Avec le transfert des compétences économiques du département vers la région, le rôle des intercommunalités se voit renforcé, notamment en raison de leur proximité avec le terrain.

Le développement d'une marque territoriale permet de proposer une offre packagée de services auprès des entreprises. Dans le bassin de Carpentras, elle permettra également d'offrir des débouchés à ces entreprises pour être moins dépendantes du financement public.

Pour ce faire, l'unité territoriale est nécessaire. C'est pourquoi la création par la Communauté d'agglomération du bassin (la COVE) et ses partenaires, de **la marque territoriale "Ventoux-Provence",** permettra également de regrouper tous les réseaux sous la même bannière et d'augmenter la lisibilité des structures du territoire.

Les structures d'accompagnement face à la politique territoriale

Avec la loi NOTRe et la suppression de l'échelon départemental, la tendance est à la raréfaction des fonds publics. Les collectivités doivent structurer l'offre, s'organiser sur leur propre territoire, mais sans moyens supplémentaires. Les intercommunalités intègrent alors souvent les compétences économiques.

La diversité des structures existantes entraîne un saupoudrage des budgets. La tendance est alors au resserrement des structures d'accompagnement avec un risque de perte de qualité et de diversité de services. C'est la raison pour laquelle la COVE a récemment procédé à un inventaire des activités des structures d'accompagnement des créateurs d'entreprises (parmi lesquelles, naturellement, le RILE), afin que les élus du territoire soient en mesure de mieux discerner les particularités de chacune d'elles, et les éventuels risques de doublons.

Car les collectivités sont confrontées à des enjeux d'attrait de leur territoire. Inciter les entreprises à s'installer, encourager les entrepreneurs, permettre aux jeunes de rester dans leur région d'origine, tels sont les défis auxquels les élus doivent faire face.

En tant que pépinière d'entrepreneurs, le RILE tient précisément à marquer sa spécificité originale d'outil d'accompagnement ET d'hébergement des jeunes entreprises, en articulation avec les partenaires en charge du financement.

Des projets en vue

A Carpentras, le projet de pôle numérique en lieu et place de l'ancienne gare SNCF propose le développement d'un écosystème numérique, orienté vers l'innovation, la transversalité, avec un atelier de fabrication numérique de packaging, un espace coworking, un centre d'affaires, un espace formation, un restaurant et un espace convivialité et événementiel.

Ce projet, qui reprend et développe l'idée de "Gare des Entrepreneurs" déjà imaginée par le RILE dès 2014, implique les acteurs locaux partenaires au sein d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif. Le RILE a naturellement exprimé son souhait d'y jouer un rôle moteur.

Dans plusieurs communes, des projets se créent pour redynamiser les centres de villages. Des actions envers les jeunes émergent. Des liens avec les lycées et les universités sont mis en place. La mise en place d'un "fab lab" mobile permettra de se déplacer directement dans les écoles.

III. Les services aux jeunes entreprises

3.1. Les besoins des jeunes entreprises

Une fois passées les étapes de la création, un entrepreneur lutte tous les jours pour la survie de son entreprise. La concurrence, l'isolement, le développement de nouveaux marchés, l'adaptation de son offre… Un accompagnement dans la durée est nécessaire, différent des besoins initiaux, mais tout aussi important.

Rompre l'isolement du chef d'entreprise

Les chefs d'entreprise évoquent souvent leur isolement. Qu'ils aient ou non des salariés, la nécessité de prendre des décisions quotidiennes les renvoie à une solitude. Le besoin de contact humain, de partage, est présent.

Les chefs d'entreprise ont besoin de partager avec des personnes ayant vécu leur quotidien. Les retours d'expérience d'autres entrepreneurs, des temps d'échanges entre pairs sont des possibilités de rompre l'isolement, tout en gagnant en compétences. Chacun peut exposer sa problématique du moment et bénéficier de l'expérience des autres pour trouver sa propre solution.

Il existe une forme de solidarité dans l'expérience de la création d'entreprise. Malgré la course au temps, les entrepreneurs expriment leur empathie envers les autres créateurs (c'est notamment le cas au RILE) et acceptent volontiers de donner de leur temps pour partager leur expérience et trouver également des solutions pour eux. Cela peut prendre la forme de table ronde sur une thématique qui présente leurs expériences, de petits déjeuners, offrant des échanges plus informels, ou de soirées d'échange de cartes et d'informations.

La mise en réseau

La croissance exponentielle du nombre de réseaux montre bien la volonté de beaucoup d'entrepreneurs de sortir de leur isolement pour rencontrer des profils diversifiés.

Ce mode de développement commercial est en plein essor. Les entrepreneurs ont compris que le réseau est une force, tant commercialement, pour trouver des clients, qu'en termes de développement de compétences.

La confrontation d'idées et d'opinions est nécessaire pour la survie de l'entreprise. Au-delà de rompre la solitude, la mise en réseau est un facteur de réussite.

Des besoins techniques précis

Pour développer leur activité, les chefs d'entreprise ont besoin de multiples compétences. Leur métier ne suffit pas. Ils doivent également maîtriser la gestion, la communication, le marketing, etc.

Pour pallier ces manques, des outils spécifiques existent qui peuvent être dématérialisés (outils en ligne, formation, MOOC). Mais il est parfois compliqué et chronophage de s'y retrouver dans la jungle d'internet.

Une présence humaine est souvent nécessaire pour cadrer, fixer des objectifs et « challenger » le chef d'entreprise, dans la mesure où la personne est experte dans son domaine. Les chefs d'entreprise ont besoin d'aide pour trouver les compétences complémentaires spécifiques (comptable, commercial, communication...) qui leur font défaut.

Le recrutement de salariés est aussi un axe de progrès du chef d'entreprises. Trouver la bonne personne, avec les bonnes compétences est souvent une mission délicate qui rebute les dirigeants.

S'adapter à l'économie numérique

L'arrivée du numérique impacte fortement le fonctionnement des entreprises. L'explosion du digital oblige l'entrepreneur à sortir de sa zone de confort, la maîtrise de son métier, pour s'aventurer sur un terrain qu'il connaît moins bien.

Devant la complexité de l'outil internet et la multitude des acteurs et des offres, de nombreux chefs d'entreprise souhaitent une aide pour faire le tri. Ils ont besoin d'un accompagnement de la part d'une personne experte, capable d'analyser les besoins de l'entreprise et de proposer des solutions adaptées à l'activité de l'entreprise, à sa zone de chalandise, au niveau de maitrise du chef d'entreprise, à son budget, aux enjeux d'internet sur son activité.

La fiscalité et les obligations sociales

La fiscalité et les charges sociales sont des aspects complexes de la création d'entreprise, car les charges sociales et fiscales pèsent sur l'activité. Il est nécessaire d'anticiper en évaluation et en trésorerie. Le rôle des experts comptables est primordial et complémentaire aux suivis des structures d'accompagnement.

3.2. Le financement

De nombreuses possibilités de financement

Il existe en France une multitude d'aides spécifiques à la création d'entreprise et de plus en plus d'acteurs s'intéressent aujourd'hui au financement des entreprises.

Les candidats-chefs d'entreprises, qui décrivent un “parcours du combattant”, doivent faire l'effort de les connaître et d’entrer dans des critères d’éligibilité sélectifs et propres à chacun (« seuils critiques »).

L'effort de lisibilité sur les différents dispositifs de financements peut être aidé par l’existence de “guichets uniques” tels que celui que met en place la région PACA pour les entreprises, “Mon financement”, mais deux constats rendent le projet complexe : la multiplicité des aides au financement qui se chevauchent et une coordination entre structures d’accompagnement insuffisante.

Le financement public

Le dispositif NACRE et les prêts régionaux facilitent le financement des entreprises en phase de création ou d'amorçage et s'ajoutent aux autres financements existants (Réseau Initiative France, ADIE, PACA Entreprendre, Business Angels, organismes spécialisés, réseau bancaire...). Le rôle de la Banque Publique d'Investissement marque un engagement fort de l'Etat dans le développement économique.

Le rôle des banques

Les banques, qui doivent résister aux chocs des marchés et limiter les risques en cas de perturbation des places boursières, s’appuient sur des éléments chiffrés pour respecter des contraintes réglementaires : étude de rentabilité, analyse de secteur, business plan.

Pour ces raisons, leur rôle tend aujourd'hui à se limiter, même si des réseaux commencent à investir le champs du financement d'entreprises plus à risque (secteur médical notamment).

Des mutations pourraient émerger sur l'assurance du risque : à l'instar des fonds d'assurance vie ou des fonds spécifiques pour la défiscalisation, la création d'un fonds généraliste qui serve à l'investissement dans l'économie locale pourrait être envisagé. Celui-ci pourrait être encouragé par l'évolution des règles fiscales (l'avantage pour les particuliers d'investir dans les entreprises est moins attractif aujourd'hui - réduction d'IR ou sur l'ISF - que par le passé, contrairement à d'autres pays).

Comme de nombreux secteurs d'activité, le secteur bancaire est touché par le développement du numérique. Le développement des services en ligne, la dématérialisation des dossiers deviennent de plus en plus présents. Les demandes des entrepreneurs vont aussi vers plus de réactivité et de services, dans un monde plus connecté et plus concurrentiel.

Les nouveaux modes de financement

Ce manque de levier financier nécessaire aux entreprises d'envergure ou jugées trop à risque semble être compensé par d'autres modes de financement du champ privé. C'est le cas des prêts assurés par des grands groupes comme Saint-Gobain mais également par le réseau des Business Angels.

Leur vision sur l'entreprise n'est pas la même que celle des acteurs bancaires, selon laquelle l'entreprise doit générer des flux financiers immédiats, avoir de l'actif à financer et où le passé du porteur de projet est fondamental. Ils s'attachent davantage à traduire la valeur entrepreneuriale du porteur de projet plutôt que jauger la rentabilité immédiate de son projet.

Dans ces réseaux de financement, la relation entre l'investisseur et l'entrepreneur est envisagée dans le partage. L'objectif est d'accompagner en amont les porteurs de projet pour les valoriser à travers le prisme de la création de richesses et les aider à présenter leurs projets de manière à ce qu'ils soient finançables.

Le financement participatif

Les levées de fonds pour les entreprises trouvent un regain de dynamisme aujourd'hui grâce au financement collaboratif. Au-delà de la stratégie du cumul de prêts, le recours au "crowdfunding" permet de lever des fonds en suffisance avec un différé de remboursement non négligeable pour les entreprises.

On trouve désormais un nombre important de plateformes de financement participatif qui proposent des formes variées de financement d'entreprises par les particuliers : dons contre dons, prêts avec ou sans intérêts, entrée au capital pour des projets de taille plus importante.

Les secteurs concernés sont multiples mais ces solutions sont parfois très coûteuses et impliquent une solide stratégie marketing pour aboutir. Les apports de la loi Macron permettent aussi aujourd'hui aux entreprises de pouvoir s'accorder mutuellement des prêts et cette solution ouvre de nouvelles perspectives.

Ces stratégies de multi-financements et cofinancements traduisent pour les dirigeants d'entreprises des capacités de mobilisation importantes et permettent également le partage du risque. En contrepartie, elles augmentent également la possible perte d'influence des dirigeants dans le contrôle de leurs entreprises, notamment en cas d'entrée au capital d'investisseurs extérieurs.

L'intérêt de l'accompagnement

De nombreuses structures accompagnent les créateurs et les jeunes entreprises dans leur développement. Le financement d'un projet qui est passé par une expertise et l'appui d'un réseau est presque indispensable à sa concrétisation.

La coordination de ces experts au sein des réseaux de financement des entreprises aujourd'hui s'organise néanmoins de manière plutôt informelle, et c'est l'entrepreneur qui doit être en capacité de rencontrer l'interlocuteur adapté pour l'obtention de financements.

L'impact du numérique

L'apport du numérique depuis le financement des entreprises (crowdfunding) jusqu'à la communication entre les parties, permet aujourd'hui un gain de temps considérable mais ne remplace pas le côté humain dans les relations : c'est l'irrationalité qui permet d'avancer et génère la transmission d'une émotion pour le porteur de projet dans sa vision d'entreprendre.

La dynamique des réseaux d'entrepreneurs et le succès du mentorat n'ont d'ailleurs jamais été aussi forts et sont favorisés grâce aux outils numériques.

3.3. L'accompagnement et l'hébergement

Accompagner dans la complexité des démarches

L'une des problématiques d'un entrepreneur est le choix de son statut. La complexité, la multiplicité et la subtilité des différentes possibilités offertes aux créateurs, laissent nombre d'entre eux perplexes. Pour connaître les dispositifs d'aides de l'Etat et choisir son régime social, les créateurs sont souvent perdus devant plusieurs alternatives.

Un accompagnement par une structure qualifiée permet de choisir la situation la plus adaptée au projet et se concentrer sur l'essentiel, à savoir préparer et développer son chiffre d'affaires.

La mise à disposition d'outils, logiciels en ligne, tableaux de bords, facilitent le lancement et la gestion de l'activité.

Une relation humaine

Les créateurs ont besoin qu'on leur fasse confiance, qu'on les écoute, qu'on les conseille avec réalisme et honnêteté. Ils attendent une implication dans leur projet mais pas de l'assistanat.

Internet apporte une foule d'informations qui ont tendance à noyer les créateurs. Retrouver une relation humaine pour s'orienter est un vrai "plus" dans la réussite de la création.

L'accompagnement permet aussi de répondre à la solitude et l'isolement du créateur. La mise en réseau offre un partage, une écoute, mais également des opportunités commerciales.

Se former au numérique

Le numérique a profondément modifié l'environnement du créateur. Internet est aujourd'hui incontournable dans le développement de l'entreprise, quels que soient son métier et son secteur d'activité.

Les chefs d'entreprises ont conscience de cette réalité, mais manquent parfois d'outils et de compétences pour accompagner le développement de leur activité. Là encore, parmi la multitude des acteurs et des offres, les coûts et les possibilités offertes, les jeunes chefs d'entreprises sont parfois perdus pour faire des choix adaptés à leurs situations.

Les besoins en formation sont parfois beaucoup plus simples. Il est nécessaire que les créateurs soient formés à la comptabilité, mais aussi aux techniques de communication, à la prospection commerciale…

Un hébergement adapté

L'évolution des modes de vie, la nomadisation des créateurs, le besoin de collaboratif et de souplesse, entraînent la création de nouveaux modes d'hébergement.

Espaces de coworking, ou de travail collaboratif, tiers lieux, fab labs…, de nouvelles offres émergent afin de permettre aux créateurs de lutter contre l'isolement, de trouver des réponses à leurs questions tout en développant l'activité à leur rythme.

Mais attention aux effets de tendance. Les offres doivent répondre à une réalité, à un besoin. Il est nécessaire de structurer et de penser l'offre globalement sur le territoire, ainsi que de dédier des moyens aux projets. Les partenariats publics-privés sont à privilégier.

IV. Le rôle des accompagnants

Dans ce contexte, le rôle des accompagnants est fondamental pour la réussite de l'entrepreneur dans son projet. L'accompagnement doit couvrir plusieurs aspects.

Cartographier les acteurs et offrir une porte d'entrée

Le nombre et la diversité des structures d'appui, qui donne une dynamique forte au territoire, n'offre pas toujours une lisibilité suffisante sur le rôle de chacun : il existe des associations qui agissent de manière complémentaire au réseau des acteurs traditionnels que sont les banques, les assurances, les experts-comptables ou les organismes de conseil.

Pourtant, bien que sur chaque territoire ces différentes structures travaillent en cascade, il apparaît primordial de réaliser sur chaque bassin d'activité une cartographie des différentes parties prenantes, afin d'expliciter le rôle et la complémentarité de chacun. Des efforts en communication doivent être faits par chaque structure et au niveau de chaque intercommunalité afin de préciser ces spécificités.

Si l'on considère le département de Vaucluse, on peut considérer que les entreprises en créations qui ont pu bénéficier d'un accompagnement représentent un quart des créations effectives. Cela traduit que les autres, soit ne souhaitaient pas de soutien, soit ne connaissaient pas les possibilités d'aide, soit encore étaient désorientées devant une offre insuffisamment claire et compréhensible.

Il faut donc créer du lien entre les différents partenaires, afin de les aider à positionner une offre lisible et complémentaire. Chaque structure doit se concentrer sur certaines missions et se rapprocher de ses partenaires afin d'éviter les doublons générateurs de flou.

Un portail, qui oriente les créateurs et les chefs d'entreprises, en fonction des questions, vers les différents intervenants paraît pertinent pour répondre de manière appropriée et efficace aux entrepreneurs. La mise en place d'un "guichet unique" encouragé par la région PACA, en prolongement du réseau déjà existant depuis de nombreuses années CREOVAUCLUSE animé par le Conseil Départemental, l'Etat et les Chambres Consulaires, peut permettre d'apporter plus de clarté, de définir les complémentarités entre les différentes structures et d'apporter une meilleure lisibilité de l'offre pour le créateur.

Un accompagnement dans la durée

La création d'une activité prend du temps. Un accompagnement des créateurs est nécessaire dans la durée. Proposer un suivi dans une logique de parcours et non de prestations paraît plus adapté pour un accompagnement de qualité.

Un dossier commun centralisé pourrait permettre à chaque interlocuteur de prendre connaissance de l'avancée du projet et des démarches déjà effectuées par le créateur. La veille informationnelle et réglementaire est aussi une offre qui intéresse les entreprises pour synthétiser une information souvent dense.

Dans le bassin de Carpentras, le RILE a mis en place depuis plusieurs années avec ses principaux partenaires (le CBE Ventoux, la plateforme Initiative Ventoux) des modes opératoires communs qui permettent un suivi efficace des créateurs dans le temps : dossier unique, échange d'informations,offre complémentaire d'animations, etc.

Le rôle de l'humain

L'accompagnement par des personnes physiques est essentiel. Cela peut être complété par une offre dématérialisée, mais la création d'entreprise est avant tout une aventure humaine, faite de rencontres qui apportent dynamisme et sécurité.

Cet aspect se heurte cependant à divers écueils : le manque de temps des créateurs face aux multiples sollicitations, un besoin de réactivité en constante augmentation, le manque de disponibilité des accompagnants, très sollicités…

Une offre dématérialisée de formation en ligne, forums, Foire Aux Questions, pourrait permettre aux créateurs d'avoir rapidement des réponses, tout en gardant l'aspect humain indispensable.

Pour développer le relationnel, les structures d'accompagnement proposent aussi des mises en relation entre entrepreneurs pour favoriser le partage d'expérience, mais aussi partager un quotidien parfois pesant lorsqu'on se sent seul, et favoriser le business transverse.

Développer la créativité

Un accompagnement peut parfois enfermer les créateurs dans une sorte d'assistanat. Apporter de la méthode est essentiel, mais peut parfois contraindre l'entrepreneur dans des normes qui nuisent à sa créativité et à sa capacité de puiser dans ses ressources pour trouver des solutions.
La vie d'une entreprise va connaître de nombreuses évolutions. Il est indispensable que l'entrepreneur fasse preuve d'adaptabilité pour s'adapter aux contraintes du marché et faire

évoluer son offre. Cinq ans après sa création, l'entreprise n'a souvent plus rien à voir avec le projet d'origine.

Les accompagnants doivent donner confiance à l'entrepreneur en sa capacité à faire face aux difficultés. Etre entrepreneur, c'est vivre et négocier en permanence avec l'incertitude. Il faut parfois modifier sa vision pour avancer.

Se confronter à la réalité

Au-delà des méthodes pour gérer administrativement et financièrement son entreprise, l'apprentissage de la stratégie commerciale est indispensable. La réalisation d'un business plan peut parfois être trop théorique et souffrir du "syndrome excel". Par sa facilité d'accès, internet peut donner l'impression de maîtriser les données de son marché, mais c'est souvent un leurre.

C'est dans la confrontation à la réalité des clients et de son environnement, que le chef d'entreprise prendra les bonnes orientations et fera les bons choix pour son projet. Il faut parfois "challenger" son projet avec des experts pour avoir un retour sur ses forces et faiblesses et vérifier les hypothèses. Cette démarche est aussi utile pour la recherche de financement. Une bonne idée est toujours financée. La question est de trouver les ressources et parfois d'accommoder son idée pour qu'elle corresponde à un véritable besoin.

Le rôle des accompagnants serait donc d'encourager les entrepreneurs à confronter le projet à la réalité du marché, à l'aider à aller chercher des clients, à lui donner les clés pour rencontrer des personnes dans le même milieu pour valider la viabilité du projet.

Encourager l'entrepreneuriat

D'un point de vue plus global, le rôle des structures d'accompagnement est aussi la sensibilisation à l'entrepreneuriat.

L'encouragement de la part de l'Etat prend de l'ampleur actuellement, comme en 2009 : c'est le devoir des pépinières et des structures d'accompagnement d'informer les porteurs de projets sur l'offre existante et développer la communication sur cette forme de création d'emplois. Les dispositifs CITESLAB avec l'appui de la Caisse des Dépôts illustrent parfaitement la mise en place de nouvelles initiatives.

Une sensibilisation, notamment des jeunes, est utile dans un esprit de formation pour lutter contre les idées reçues de la création d'entreprise. Comment passer de l'idée au concret ? Comment progresser dans ses compétences pour créer son emploi autrement ? Comment donner envie d'entreprendre ? Autant de missions à développer pour les structures d'accompagnement.

V. L’évolution attendue de l’offre du RILE

Le RILE bénéficie d’une excellente image. Il apparaît comme un opérateur incontournable sur le département, avec un accompagnement de qualité, une proximité avec les acteurs et les porteurs de projet. Le RILE attire par son dynamisme et son état d’esprit. Ses valeurs reconnues sont le partage, la circulation de l'information, l’humain, l’efficacité et la créativité.

Par la qualité de son travail, sa capacité à évoluer, le RILE bénéficie d’un a priori positif auprès des différents interlocuteurs. Cependant, afin de rester dans cette dynamique d’évolution constante, les échanges du Forum ont confirmé ou fait apparaître quelques pistes à étudier pour les années à venir.

Un accompagnement pour tous dans la durée

L’accompagnement du RILE répond aux besoins des créateurs aussi longtemps que nécessaire, de manière individuelle, pour tous les publics, et doit également bénéficier à des jeunes entreprises déjà installées par des suivis adaptés.

Capitaliser sur le réseau des adhérents et des anciens

Depuis 20 ans, le RILE a accompagné un grand nombre d’acteurs de l’économie locale. Ses adhérents actuels, mais également les anciens créateurs devenus chefs d’entreprises, constituent un réseau de compétences vraiment intéressant à exploiter. Les solliciter pour participer à des actions spécifiques du RILE a du sens. Dans ses “Rencontres Professionnelles”, comme dans les réunions inter-réseaux qu’il initie, le RILE s’efforce de maintenir et renforcer le lien avec les personnes qu’il a accompagnées.

Un lien étroit avec les adhérents permet d’offrir des services pertinents aux créateurs et jeunes entreprises. Ainsi, le RILE pourrait-il faire davantage appel aux adhérents pour collecter les thèmes des événements à venir.

Les rencontres entre adhérents sont aussi à étendre afin de répondre aux besoins d’échanges entre pairs. Pour bien répondre à cette suggestion, le RILE est depuis longtemps partisan d’une approche collective avec ses partenaires. Ainsi est-il préférable d’organiser ensemble une réponse bien dimensionnée et efficacement mise en oeuvre, plutôt que de se disperser sur des offres concurrentes et peu efficientes.

Trouver des financements privés complémentaires

Afin d'alléger l'incertitude qui pèse sur le financement du RILE, dépendant principalement des aides publiques, une recherche de fonds privés est à développer. Les grandes entreprises implantées dans la région ont un intérêt à la qualité de l'activité économique locale. Un accompagnement sous forme de sponsoring pourrait émerger.

Le réseau des anciens est un vivier à exploiter dans ce sens. Les entreprises, aujourd'hui florissantes, qui ont été accompagnées par le RILE, ont un lien affectif qui facilite l'ouverture à un soutien financier.

Apporter des expertises complémentaires

Le RILE propose des échanges avec des consultants experts : experts-comptables, professionnels du marketing, de la communication, de la recherche de financement, assureurs, banquiers, innovation...

Cela pourrait aussi prendre la forme d'un annuaire de contacts, un carnet d'adresses, de permanences plus étendues.

Favoriser le lien entre entrepreneurs et territoire et mieux contribuer à la dynamique de l'emploi

Structure incontournable du territoire, le RILE se positionne déjà comme centre névralgique des rencontres entre entrepreneurs en développant les opportunités de rencontre et en rapprochant les chefs d'entreprises.

Il constitue un lieu de vie visant à mettre à disposition des ressources partagées, optimisées, et à créer un climat de convivialité.

Il doit encourager le lien entre la jeune entreprise et les entreprises du territoire, faciliter l'ancrage territorial, apporter son soutien par la mise en place de mentorats. Sa double connaissance du terrain et des porteurs de projets d'une part, des acteurs et des partenaires institutionnels d'autre part, fait du RILE un médiateur et un relais précieux sur lequel les élus régionaux et locaux peuvent s'appuyer pour impulser ou infléchir leur politique d'aménagement et de développement économique du territoire.

Les quelque 4000 emplois créés en 20 ans par les jeunes entreprises accompagnées par le RILE témoignent de ce rôle de vigie et de déclencheur qui doit être encouragé.

Diversifier l'offre d'hébergement

Pour répondre à une offre insuffisante d'hébergement en sortie de pépinière, le RILE pourrait développer une offre d'hébergement spécifique, en lien avec les collectivités locales.

Il s'agit dans cette proposition de trouver un équilibre entre l'ancrage territorial et le nomadisme pour chaque créateur :

- les domiciliations, bureaux et les animations/mises en réseau contribuent aux besoins d'ancrage territorial,
- les espaces de coworking, les bureaux virtuels , les outils de développement (espaces de stockage, hébergement de fichiers, fab labs, logiciels dédiés), contribuent aux besoins de nomadisme.

Le manque d'espace pour accueillir de nouvelles entreprises, sous des formes plus diversifiées comme le coworking, est une difficulté à laquelle le RILE est aujourd'hui confronté, trop contraint géographiquement et topographiquement par ses locaux actuels, inextensibles et peu accessibles. Ses partenaires financeurs en sont conscients et réfléchissent avec lui à un développement plus adapté de la structure.

Sans renoncer pour autant à sa localisation historique au sein du vieux Carpentras, qui lui a valu le label de "Centre d'Affaires des Quartiers" attribué en 2015 par la Caisse des Dépôts, le RILE doit trouver de nouveaux locaux pour encourager l'échange et la créativité, favoriser les rencontres et les échanges de savoir-faire et l'innovation.

Se former au numérique

La digitalisation de la société impacte directement l'offre du RILE à plusieurs niveaux. Ses chargés d'accompagnement se professionnalisent régulièrement pour offrir de nouveaux outils aux porteurs de projets.

Mais les prestations du RILE doivent aussi prendre une forme dématérialisée. Formations en ligne, *chat* pour des réponses réactives à des besoins ponctuels, extranet partagés avec d'autres acteurs… sont autant de solutions à étudier. Cela permettrait de répondre, du moins partiellement et temporairement, à la difficulté d'accès des locaux actuels du RILE.

Le numérique pourrait faciliter l'entrée en contact avec le RILE, notamment dans la prise de contact à distance, pour des personnes moins disponibles, qui travaillent, qui habitent loin ou qui ont de la difficulté à se déplacer. Cette présence virtuelle permettrait ainsi d'agrandir la zone de chalandise du RILE.

Développer l'innovation

Déjà présent sur cette thématique, le RILE pourrait développer encore ses actions pour favoriser l'innovation. Le besoin d'industrialisation du territoire encourage le développement de l'innovation. De plus, l'absence de CEEI laisse un espace pour des prestations de ce type.

Mieux communiquer

Malgré sa notoriété, le RILE souffre d'un déficit d'image et ses prestations sont insuffisamment connues, en particulier des élus et décideurs locaux. Un travail pour améliorer la communication paraît nécessaire. Cela permettrait de pallier le manque de visibilité, de se rendre incontournable pour les créateurs en s'appuyant sur la reconnaissance des adhérents et des institutions et d'être plus présent et donc plus influent.

Gagner en réactivité

L'accélération des exigences professionnelles liée aux technologies numériques oblige tous les acteurs à gagner en réactivité dans les réponses apportées aux créateurs. Connectés en permanence à leur smartphone, les créateurs attendent une réponse immédiate en cas de besoin.

Sensibiliser les jeunes

La sensibilisation des jeunes pour faire connaître l'entrepreneuriat est une piste à explorer, notamment dans le cadre de la politique de la Ville. De nouveaux modules pédagogiques pourraient être développés.

Autres pistes à creuser

Diverses idées ont été émises lors du Forum pour proposer de nouvelles prestations. Par exemple, un atelier relooking pour travailler sur son image et sa présentation en tant que chef d'entreprise.

Des permanences du RILE dans d'autres communes sont aussi des possibilités évoquées, notamment dans le cadre des Contrats de Ville.

Le RILE est reconnu pour son expertise d'aménagement du territoire. Un rôle de conseil pour l'implantation de nouvelles zones d'activité pourrait émerger.

CONCLUSION

Les propos qui précèdent ne sont que la partie émergée de l'iceberg que fut ce forum.

Ils ne reflètent que partiellement, et sans doute imparfaitement, l'intégralité et la qualité des échanges et des interventions qui se sont exprimés lors de cette journée, dont nous avons pu conserver la trace par les diverses notes des uns ou des autres, et qui ont été étayés par une quinzaine d'entretiens qualitatifs réalisés dans les semaines qui ont suivi le Forum.

Pour autant, ils permettent de mettre l'accent sur les éléments qui vont marquer le parcours des créateurs et des chefs de nouvelles entreprises durant les prochaines années, et par conséquent d'orienter la stratégie d'accompagnement à mettre en place, et c'était bien là le but recherché.

Jalon sur le chemin de l'efficacité et de la qualité des services de soutien aux jeunes entreprises, ce recueil appelle naturellement de nouveaux rendez-vous destinés à préciser les mesures à prendre à chaque niveau de décision pour chaque acteur, ainsi que leurs conditions d'application.

Le RILE retiendra pour sa part, les grands points suivants dont il devra désormais tenir compte pour fonder sa nouvelle stratégie :

- l'irrépressible montée du numérique et de tous ses adjuvants
- la place grandissante de l'économie de proximité et des réseaux
- le nombre croissant de créateurs d'entreprises, toutes catégories confondues
- l'importance d'un ancrage territorial renforcé
- et enfin la nécessité de trouver un nouveau cadre de travail plus adapté à son marché et à ses missions, en articulation avec l'action conduite par les autres acteurs locaux

RILE

PÉPINIÈRE D'ENTREPRENEURS

68 rue du Refuge
84200 CARPENTRAS
Tél. : **04 90 67 14 73** - info@rile.fr
www.rile.fr

*Avec le soutien financier de **Julien AUBERT**, député de Vaucluse*