

PORTRAITS D'ENTREPRENEURS D'AVENIR

Entrepreneurs d'avenir
Les pionniers
d'une économie
plus humaine



Découvrez les portraits des Entrepreneurs d'avenir sur www.entrepreneursdavenir.com

Sélection de portraits

**1. Pierre-Etienne
Roinat**
Recommerce Solutions

2. Mathieu Boullenger
Plus que Parfait



4. Xavier Jean et Frédéric Cuillère
Aztec

3. Stéphane Distiguin
FaberNovel

Pierre-Etienne Roinat - Recommerce Solutions



Trop souvent, les téléphones portables sont abandonnés bien avant l'épuisement de leurs capacités. Recommerce propose des solutions pour prolonger leur durée de vie.

Les Français conserveraient dans leurs tiroirs et leurs greniers 130 millions de téléphones portables. En 2010, 16 % seulement étaient recyclés, alors que 80 % de leurs composants sont recyclables. « Ces produits oubliés qui ne sont pas recyclés ont pourtant une vraie valeur », déplore Pierre-Etienne Roinat, co-fondateur de Recommerce en 2009. « Nous voulons apporter une réponse à ce colossal gâchis de matières premières, en rachetant les portables usagés, en les reconditionnant et en les revendant, assortis d'une garantie allant jusqu'à six mois. Leur valeur est définie en fonction de leur état, elle peut aller de 70 à 300 €. » Recommerce ne travaille pas en direct avec les consommateurs, mais avec les opérateurs comme Bouygues Telecom, SFR ou Virgin, et les constructeurs comme Blackberry.

Recommerce est partie du constat que le marché du téléphone est en train de changer. Les opérateurs cessent peu à peu de subventionner les terminaux mobiles. Les consommateurs découvrent le prix réel de ces petites machines, et ils cherchent des moyens pour financer l'achat de leur nouveau téléphone.

Recommerce répond aussi à une nouvelle problématique de pouvoir d'achat. Face aux prix toujours plus élevés des portables, nombreux sont les consommateurs qui se tournent vers l'occasion, comme l'indiquait un sondage TNS Sofres sorti en novembre 2013. C'est un vrai bouleversement dans les habitudes de consommation : jusqu'à présent ils n'avaient jamais vu la nécessité de se procurer des portables d'occasion, car ils en trouvaient à partir d'1 € associés à un forfait.

Pierre-Etienne Roinat - Recommerce Solutions



Une société qui a du sens

Avant d'être revendus, les portables sont réparés et nettoyés, et les données du précédent propriétaire sont rigoureusement effacées. Ces opérations sont sous-traitées à des partenaires industriels, dont deux acteurs de l'économie sociale et solidaire, une entreprise d'insertion du réseau Emmaüs et un Établissement et service d'aide par le travail (ESAT). Recommerce a permis de créer 70 emplois dans ces entreprises, en s'efforçant de les relocaliser.

Quand ils sont hors d'usage, les portables sont envoyés à des acteurs agréés qui vont se charger de leur démantèlement. Les batteries sont retirées, et les matières premières secondaires, l'or, l'argent, sont valorisées.

Le résultat est impressionnant. Chaque mois, Recommerce, qui emploie 60 personnes, rachète et revend 50 000 téléphones. En 2012, son chiffre d'affaires a dépassé les 12 millions d'euros, et pourrait bien atteindre les 20 millions en 2013. Au début de l'année 2013, elle a levé 7 millions d'euros auprès de la Banque publique d'investissements, et de Seventure Partners, le fonds d'investissement de Natixis, pour se développer en Espagne, en Pologne et en Suisse. « Nous essayons de développer une culture cohérente avec le développement durable, en recrutant et en animant notre société autour de ces valeurs », conclut Pierre-Etienne Roinat. « Le fait d'être une société qui a du sens est très fédérateur pour nos équipes. »

RECOMMERCE SOLUTIONS

Mathieu Boullenger – Plus-que-parfait



Alors que rien ne l’y prédestinait, Mathieu Boullenger est devenu un entrepreneur social passionné, à la tête d’un groupe innovant de propreté.

Ses revenus de danseur professionnel, même dans des comédies musicales à succès, ne lui suffisaient plus. Il cherchait une activité le matin pour poursuivre son activité artistique l’après-midi. Alors il est devenu entrepreneur. En 2005, Mathieu Boullenger transforme la petite affaire de son beau-père en une société de nettoyage orientée sur les prestations écologiques et sociales, Plus-que-parfait. « Je ne connaissais rien à la RSE, ni au développement durable – à l’époque, ces termes n’étaient pas aussi répandus qu’aujourd’hui. J’ai dû tout apprendre sur le tas, suivre des stages et des cours de finances », confie-t-il. En 2009, il récidive avec Le Petit Plus, Entreprise Adaptée qui embauche 80 % de salariés handicapés, spécialisée dans la collecte et la valorisation des déchets recyclables de bureaux.

D’emblée, Mathieu Boullenger cherche à se différencier des « négriers » du secteur, comme il appelle certains de ses concurrents. « Je me suis rendu compte que ça ne coûtait rien d’avoir quelques attentions pour les employés, par exemple en les conviant à des fêtes. » Et ça marche : découvrant que la notion de RSE peut servir d’argument de vente, il obtient les marchés d’entretien des sièges sociaux de quelques-unes des grandes entreprises de la place de Paris, parmi lesquelles Louis Vuitton, Free, BCNS, Arts-et-Métiers, Sodexo, Nestlé Waters, Zurich Assurances, Compagnie des bateaux-mouches...

Mathieu Boullenger – Plus-que-parfait



Il ne faut pas grand chose pour être exemplaire

Peu à peu il développe un goût pour le management : « Je me suis pris au jeu, et j'ai découvert un métier passionnant, qui donne du sens », s'enthousiasme-t-il. Il organise des entretiens annuels des salariés, met en place un système de promotion interne, des plans de formation et des cours d'alphabétisation l'après-midi, après les journées de travail. Il sollicite aussi l'avis des salariés dans le choix des produits : « Ils sont légitimes pour le faire, puisqu'ils manipulent ces produits tous les jours, leur avis est donc important. » Il pratique l'accompagnement social, aide les sans-logis à chercher un logement, et les sans papiers à régulariser leur situation.

Les retours de ses employés n'ont pas manqué : pour beaucoup d'entre eux, c'est la première fois qu'un employeur de ce secteur leur témoignait autant d'attentions. « Ce qu'on fait, c'est pourtant le minimum, mais dans le secteur de la propreté, il ne faut pas grand chose pour être exemplaire ! », s'indigne Mathieu Boullenger. « Je dis à mes employés de ne pas se comparer aux autres entreprises de propreté, mais plutôt aux entreprises d'insertion innovantes. »

Aujourd'hui, son groupe réalise un chiffre d'affaires de près de 3,5 M €, et embauche 160 salariés. Depuis 2007, il a été récompensé par plusieurs prix, dont celui de « l'Entreprise remarquable », qui lui a été remis par la ministre Fleur Pellerin en juin 2013. Le Premier ministre Jean-Marc Ayrault l'a aussi sélectionné en tant que PME exemplaire en matière de RSE.

Au fait, Mathieu Boullenger préfère-t-il danser ou entreprendre ? Danser, répond-il sans hésiter. « Mais j'ai réussi à me passionner pour l'entrepreneuriat, et à donner du sens. Ce sont de belles réussites qui donnent envie de se lever le matin. »

[Plusqueparfait](#)

Stéphane Distinguin - FaberNovel



La société fondée en 2003 par Stéphane Distinguin est à la fois un cabinet conseil et une société d'essaimage, ou « excubateur ».

Tout est dit dans le nom choisi par Stéphane Distinguin lorsqu'en 2003, il crée sa société de conseil avec quelques associés. faberNovel, du latin « fabriquer du nouveau », est tout entière dédiée au lancement de projets innovants.

« J'ai créé faberNovel porté par une pulsion de liberté, une envie d'aventure et de grand large, appliquée au monde de l'entreprise », analyse l'entrepreneur. « Mes études en école de commerce (ESCP) m'ont montré qu'il était possible d'adopter une approche design pour les activités économiques, et faberNovel est la plate-forme que j'ai imaginée pour pouvoir exercer ce métier de designer de services. »

Bâtie autour de compétences en stratégie, organisation, innovation, assistance et maîtrise d'ouvrage, prospective, veille, identification et anticipation de tendances technologiques, plutôt qu'à partir d'un modèle économique, l'entreprise est à la fois un cabinet de conseil, organisée en trois pôles : organisation, conception et exécution, et une structure d'essaimage.

Dès ses débuts en 2003 et sa labellisation « jeune entreprise innovante », faberNovel s'est focalisée sur les sujets de la ville et des transports de demain, en mêlant nouveaux produits et services numériques. « Le numérique, qui en 2003 était un sujet de direction des systèmes d'information, est devenu un sujet de direction générale, synonyme de croissance et de différenciation stratégique », observe son fondateur.

Un pont entre start-up et grands groupes

faberNovel travaille à la fois avec de grands groupes (les deux-tiers du CAC40), des PME et des jeunes pousses ; l'un de ses objectifs consiste d'ailleurs à mettre les uns en contact avec les autres. Tout autant que de fonds, c'est de premiers clients que les jeunes pousses ont besoin. Quant aux grands groupes, ils ont bien besoin de l'inventivité et l'agilité qui caractérisent les start-up. « Le CAC40 compte plusieurs entreprises centenaires alors que dans le Dow Jones, seul General Electric atteint l'âge vénérable de 102 ans », remarque Stéphane Distinguin.

Stéphane Distinguin - FaberNovel



Mais seuls les grands groupes - Essilor, la SNCF, la RATP, LVMH, L'Oréal, Generali... - sont à proprement parler clients de faberNovel, qui affiche pour 2013 un chiffre d'affaires de 10 M € et une cinquantaine de projets menés chaque année par ses 80 salariés. « Avec les petites, nous travaillons selon d'autres modèles, plus proches du partenariat », explique Stéphane Distinguin.

L'excubateur projette loin les idées nées en son sein

Après une phase de conception et d'assistance à maîtrise d'ouvrage par faberNovel, les projets peuvent être développés par le client, ou exploités au sein d'une entité créée à cet effet, ou encore développés en interne par faberNovel qui les lance par essaimage. Dans ce cas, « on crée des projets en interne, puis on fonde une filiale qu'on aide à devenir une société opérationnelle et autonome », précise Stéphane Distinguin.

faberNovel fonctionne alors comme un « excubateur » de projets, un terme choisi dès la naissance de faberNovel en référence à celui d'incubateur en vogue à la fin des années 1990. « Plutôt que d'aller chercher un petit truc à l'extérieur pour le faire grandir à l'intérieur, on prend quelque chose à l'intérieur et on le projette le plus loin possible au-dehors lorsqu'il est mûr », explique Stéphane Distinguin. Ce fut le cas dès la naissance de faberNovel avec Digitick, pionnier du ticketing mobile revendu à Vivendi, et ça l'est aujourd'hui par exemple avec Bureaux à Partager (BAP). Au total, faberNovel détient des participations dans 20 start-up.

Poursuivre l'internationalisation et se structurer

Déjà implantée à San-Francisco (via un incubateur accueillant 70 start-up) et à Moscou, faberNovel ne compte pas en rester là. D'autres pays devraient donc être annoncés dans l'année, plusieurs options sont ouvertes (Londres, Bangalore, Allemagne...). « Puisque nous accompagnons des groupes implantés dans le monde entier, nous devons être en mesure de les accompagner partout », observe Stéphane Distinguin. « De plus, il est essentiel de montrer que ce qui a été inventé en France peut fonctionner ailleurs. » Afin de favoriser le déploiement du groupe, l'entrepreneur souhaite également poursuivre la structuration de ses activités et travailler les articulations entre le conseil, l'opérationnel et l'investissement. Pour ce faire, un véhicule agréé doit être créé et abrité dans une structure dédiée. Adopter une structure plus classique pour mieux continuer d'inventer...

Xavier Jean et Frédéric Cuillière - Aztec



En 2009, au plus fort de la crise économique, Xavier Jean et Frédéric Cuillière ont fondé une entreprise de dameuses en France, [Aztec](#), un projet industriel d'envergure soutenu par plusieurs fonds d'investissement et un leader industriel mondial. Leur pari audacieux est en passe de réussir.

Le marché mondial des dameuses, ces véhicules sur chenilles qui façonnent les pistes de ski, est un marché de niche que se partagent deux entreprises, l'une allemande, Kässbohrer, et l'autre italienne, Prinoth. Ou plutôt se partageaient, car Aztec, une PME française, est bien décidée à prendre toute sa place sur ce marché.

En se lançant dans l'aventure en 2009, Xavier Jean et Frédéric Cuillière, les deux fondateurs, l'un diplômé de l'école de commerce de Reims, l'autre ingénieur des Mines, savaient ce qu'ils faisaient. Xavier Jean, ancien de Prinoth, avait noté les frustrations des clients qui se plaignaient des conséquences du défaut de concurrence : prix élevés des machines et pièces de rechange, choix insuffisant, peu d'innovation. « Quand deux entreprises dominent un marché si étroit (il se vend un millier de dameuses chaque année), elles n'ont aucune incitation à innover. Or le marché de la neige, lui, a évolué : les stations utilisent de plus en plus de neige artificielle qu'il faut régénérer et rendre agréable à skier, les skieurs réclament d'autres expériences », explique-t-il. « Et puis la France qui a les plus grands domaines skiables du monde, ne dispose d'aucun acteur dans le secteur du damage. Nous avons vu là l'opportunité de lancer un projet industriel plus proche des stations et capable de mieux répondre à leurs attentes. »

Les deux associés sont donc partis rencontrer le seul fabricant japonais de dameuses, qui ne vend que dans son pays, Ohara, pour solliciter le droit d'utiliser ses machines : « En 48 heures, on a réussi à convaincre les huit cadres de l'entreprise de l'intérêt de notre projet ! Ohara a accepté de nous livrer les éléments de base des dameuses, à charge pour nous d'innover et d'adapter le modèle aux marchés français et mondial. Sans leur soutien il aurait été beaucoup plus compliqué de lancer Aztec ex nihilo. »

Xavier Jean et Frédéric Cuillière - Aztec



Première innovation : le câble en Dyneema

Créer une entreprise industrielle, en pleine crise économique, dans un secteur inexistant en France, c'était bien une idée folle. Pourtant, ce contexte a beaucoup servi Aztec. À la recherche de projets innovants, les capital-risqueurs ont ouvert leurs portefeuilles, et les banques se sont laissées persuader par l'enthousiasme des deux associés. Caterpillar, qui souffrait de la crise, a vu l'opportunité de maintenir de l'activité dans ses ateliers situés près de Grenoble.

Et c'est ainsi qu'en 2011, la première Graphit, machine phare d'Aztec, est sortie de la chaîne d'assemblage. Une première innovation apportée par la Graphit porte sur le treuil des dameuses, nécessaire pour remonter les pentes sans patiner. Traditionnellement, le câble du treuil était en acier, avec plusieurs inconvénients : mauvaise visibilité dans le brouillard (l'acier est gris), danger pour les skieurs, fragilité, lourdeur, difficulté de rangement, coût élevé du remplacement en cas de rupture. Aztec a fait le choix d'un câble synthétique en Dyneema, un matériau composite : « Cette solution présente de nombreux avantages », poursuit Xavier Jean. « Ce matériau offre une très bonne visibilité car il est orange vif, sa réparation est immédiate, et un câble synthétique est très facile à ranger, souple et léger : le poids des machines s'allège d'1 à 2 tonnes, un gain non négligeable quand il s'agit de remonter les pentes, notamment du point de vue de la consommation d'énergie. Mais nous avons bien d'autres idées en tête ! »

Restait à convaincre les premiers clients. La Sofival, qui exploite les stations d'Avoriaz, de Valmorel et de Val d'Isère, a accepté de jouer le jeu en achetant la première machine, et à la fin de l'année 2013, Aztec a signé un partenariat industriel avec la Compagnie des Alpes et la Compagnie du Mont Blanc.

L'idée d'Aztec a séduit Marc Simoncini, créateur du site de rencontre Meetic et passionné de ski, qui en est devenu son premier actionnaire par le biais de son fonds Jaina Capital, avec pour ambition de faire d'Aztec un champion industriel français. Enfin, début janvier 2014, l'équipe dirigeante d'Aztec a été consolidée avec la nomination d'Eric Lambert, qui a occupé avec succès des postes de direction chez Renault, Areva et Manitou, à la présidence de l'entreprise. Forte de cette nouvelle organisation, l'entreprise s'est donné un objectif : produire 50 machines à l'horizon 2016.



Retrouvez ces entrepreneurs sur le site

www.entrepreneursdavenir.com