

CHAPITRE 1



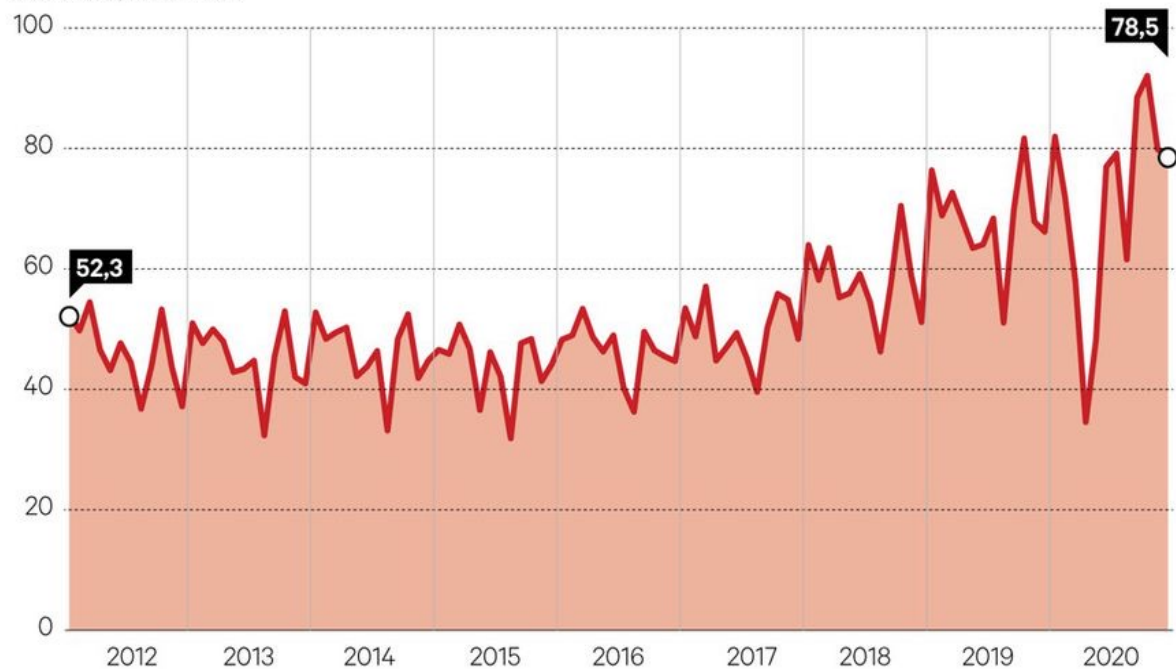
La genèse de l'entrepreneuriat digital

Adam Berry, Thibault Gardedieu, Yannick Orphée Nkea Waga Bidzang et Thomas Tremblay

1. Quelques éléments de contexte sur les créations d'entreprise

Des créations d'entreprises en forte hausse depuis 2017

Mensuelle, en milliers



« LES ÉCHOS » / SOURCE : INSEE

Figure 1 - Créations d'entreprises en France en milliers par mois - Le Monde

Pour comprendre l'effervescence que procure le digital, il est essentiel de bâtir un modèle contextuel de la création d'entreprise en France.

Selon l'INSEE, notre écosystème produit en grande majorité des entreprises de services dans des activités bien plus diverses que l'on pourrait le croire (commerce, activités scientifiques, construction ...). Les secteurs dominants en volume sont le commerce, le transport, l'industrie et le social. On compte **plus de 200.000 créations d'entreprises** rien que dans le secteur des services et **plus de 100.000 créations de commerces en 2019 pour un total de 800.000 créations d'entreprises**, dans lequel on compte plus de 300.000 micro-entreprises.

Le nombre de créations d'entreprises de faible taille, employant moins de 10 salariés est en perpétuel croissance. On peut affirmer avec certitude que la création des micro-entreprises **représente plus de 40% de la création globale d'entreprises en France**.

Et le digital dans tout ça ? Eh bien les études ne considèrent même pas les entreprises digitales comme un secteur d'activité à part entière tant il est partie intégrante de l'écosystème.

Une entreprise qui a démarré sa transformation digitale a **2,2 fois plus de chance de grandir** qu'une PME ou ETI qui n'a pas encore emboité le pas (selon une étude de France NUM en 2019). Plusieurs chefs d'entreprises affirment que **le digital participe à leur croissance** mais qu'il y aurait un coût néanmoins à cette transformation (56% des entreprises en France étaient déjà engagées dans une transformation digitale en 2019).

Les champions de la transformation numérique sont pour la plupart des PME. Car les grands groupes se contentent encore de cantonner leur transformation digitale sur des aspects marketing et communication. Les PME et startups digitales naissantes placent le numérique **au cœur de la stratégie de croissance et développement**, voir même au cœur du business model.

Cette adoption progressive du digital prend forme parallèlement au développement de stratégies « multi-canal ». Fini l'ère du "Go-Shop" place au "click and collect", "click and deliver" et tout ce que pouvez faire en un clic, un son, un geste.

Toutes ces mutations ne sont pas le fruit que de leur propre évolution, elles prennent vie dans l'esprit visionnaire des ces hommes et ces femmes qui révolutionnent aujourd'hui les méthodes de consommation.

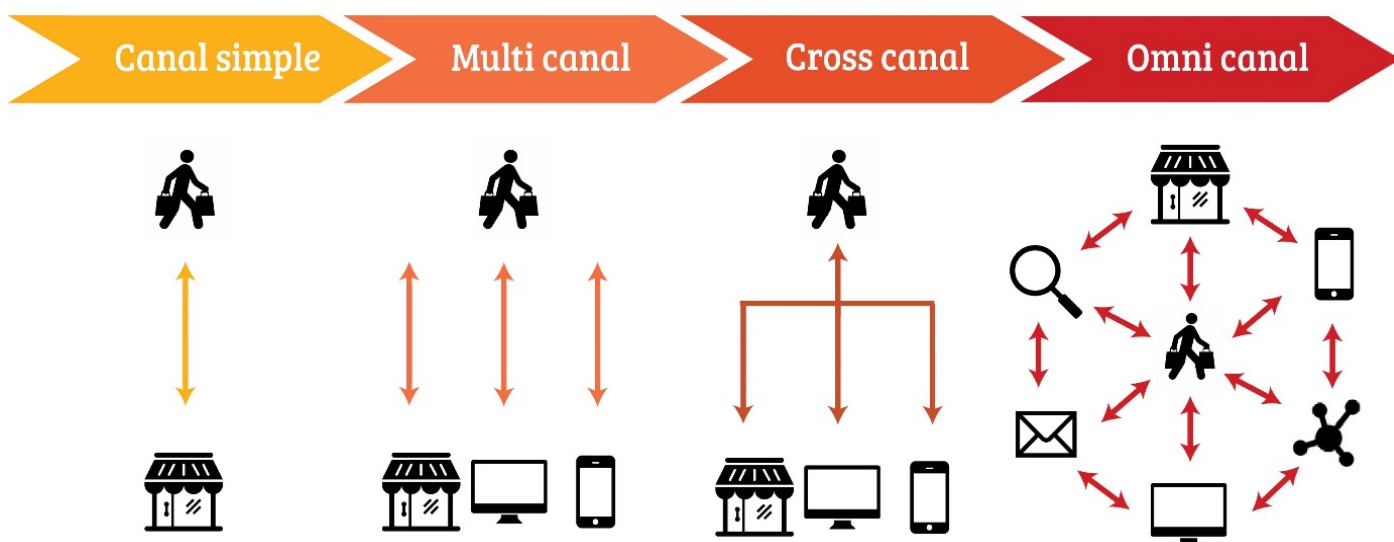


Figure 2 - Optimisation des canaux de distribution - Source: PathTech.fr



2. Qu'est-ce qu'un entrepreneur ?

Dans le monde du travail, l'entrepreneur désigne celui qui **pense, crée et porte un projet** dans lequel il investit toutes ses forces pour le concrétiser sous la forme d'une entreprise. Schumpeter donne à l'entrepreneur une place importante en le désignant comme l'homme de l'innovation : **“L'entrepreneur est un homme dont les horizons économiques sont vastes et dont l'énergie est suffisante pour bousculer la propension à la routine et réaliser des innovations.”**

L'entrepreneur est beaucoup plus qu'un chef d'entreprise gestionnaire et beaucoup plus qu'un rentier capitaliste propriétaire des moyens de production. Il n'hésite pas à investir personnellement et matériellement pour contribuer à la réussite de son entreprise ou de son projet sans forcément s'enrichir (ou en s'enrichissant beaucoup).

L'entrepreneur se caractérise donc par **son goût du risque**, qui s'accompagne généralement d'**une grande confiance dans son projet et d'une forte personnalité**. Il est avant tout motivé par un besoin débordant d'innovation avec une grande nécessité de construire. Selon une étude menée par Collins and Moore, datant du début des années 60 (sur plus de 150 entrepreneurs) les entrepreneurs y sont décrits comme durs, pragmatiques. L'étude conclut à leur besoin d'indépendance et leur refus de l'autorité.

Selon l'adage populaire, on ne naît pas entrepreneur on le devient mais l'analyse montre que beaucoup d'entrepreneurs sont issus d'une famille d'entrepreneurs. Il est vrai qu'a priori, **tout individu qui possède une idée et nourrit l'envie de lancer sa propre activité professionnelle peut devenir entrepreneur.**

En France, l'entrepreneur est d'abord et surtout une personne mature, sûre de son parcours professionnel ou qui souhaite totalement changer d'orientation pour se diriger vers ce qui l'anime.

On devient ainsi en moyenne entrepreneur **à l'âge de 41 ans** (« La Conférence Annuelle des Entrepreneurs » (version du 22 décembre 2013 sur l'Internet Archive). L'État français encourage par ailleurs l'esprit entrepreneurial, et depuis quelques années incite notamment ceux qui doutent de leurs projets à le tester via le dispositif d'auto-entrepreneur. Grâce à ce dispositif qui allège les démarches administratives de nombreuses entreprises/ projets ont pu voir le jour.

L'entrepreneur se doit d'**être polyvalent**, en plus d'être le porteur de son projet il a la responsabilité de la politique financière, du recrutement, des choix marketing. Il prend également des décisions concernant la production.

Il est important de noter que la réalisation de toutes ces tâches se fera en fonction de la taille et de la nature de l'entreprise : **soit seul ou délégué à chaque direction des départements cités ci-dessus.**

3. Qu'est-ce qu'un entrepreneur digital ?

Ses missions

- Définir les besoins
- Réalisation d'un business plan et du business model
- Création de la stratégie digitale : site, application, back office...
- Recruter et manager pour déployer son projet
- Analyse et reporting des indicateurs de performance

Ses compétences

- Connaissance des outils de référencement et de positionnement
- Pratique du growth hacking
- connaissances des outils d'indicateurs de performances (KPI)
- Notion des outils et pratiques de datamining
- Management stratégique
- Gestion de projet

Ses qualités

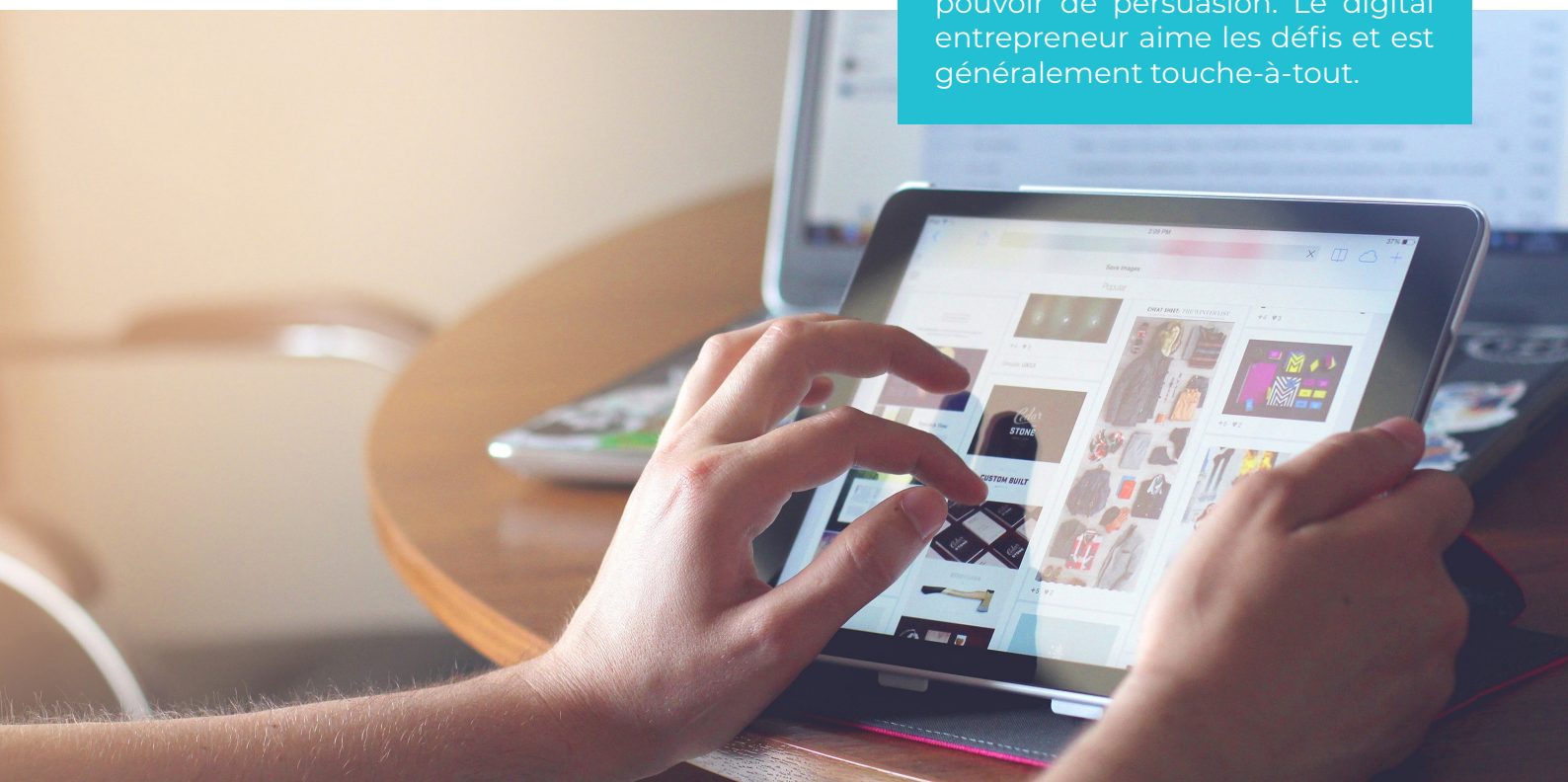
- Fort leadership
- Rigueur et persévérance
- Réaliste
- Raisonnable
- Conscientieux

Devenir un entrepreneur digital, lancer son entreprise en ligne ou élargir son entreprise à de nouveaux clients dans le monde n'a jamais été aussi simple.

Les digital-entrepreneurs sont finalement des entrepreneurs utilisant un modèle commercial en ligne. En d'autres termes, ils se concentrent principalement sur Internet, ce qui permet d'attirer de plus en plus de public.

L'entrepreneur digital démarre donc son entreprise à partir d'idée(s), qu'il réalise à travers une plateforme numérique. Son modèle économique s'appuie sur des outils numériques et se déploie à l'aide de différentes technologies et méthodes marketing.

De façon générale, il n'existe pas de profil type de l'entrepreneur digital. Il n'a la plupart du temps pas un parcours particulier. Plus important encore, il est animé d'une forte ambition professionnelle, est indépendant et possède un fort pouvoir de persuasion. Le digital entrepreneur aime les défis et est généralement touche-à-tout.



4. Qu'est-ce qu'une entreprise digitale ?



D'après la définition de l'INSEE, "**une entreprise est une unité économique, juridiquement autonome dont la fonction principale est de produire des biens ou des services pour le marché**". Dans ce sens, une entreprise digitale n'est pas différente d'une entreprise traditionnelle.

La grande différence se trouve alors dans **la place de la digitalisation** dans la structure de l'entreprise. Bien que les entreprises intègrent les nouvelles technologies de communication et d'information dans leur organisation depuis déjà plusieurs décennies, le digital va encore plus loin en s'intégrant complètement dans le business model de l'entreprise.

La définition est dès lors très large. Elle peut comprendre toutes les entreprises ayant au moins **un canal de communication digital** ou alors s'intéresser aux entreprises dont l'activité et la vision sont tournés vers **les problématiques numériques**.

Notre objectif est de comprendre les dynamiques qui font d'une entreprise, dans les deux cas de figure présentés précédemment, une entreprise en lien avec le digital et comment elle peut utiliser au mieux les transformations et les ressources numériques pour augmenter **la performance et la renommée de l'entreprise**.

5. Comment prendre le virage de l'entrepreneuriat digital ?

Si l'omniprésence de la question digitale nous fait penser que son étendue est totale, bon nombre de petits et moyens commerces, ou même beaucoup d'entreprises dont le secteur n'est pas tourné vers le digital sont encore en retrait quand il s'agit de se lancer. Les arguments avancés sont nombreux et entérinent parfois certaines entreprises dans un déni de mise à jour qui les coupent, sûrement, d'un potentiel marché ou de potentiels prospects.

Voyons ensemble quels pourraient être **les freins à l'entrée dans le digital** à travers le modèle **SAFR**. Les points soulevés feront référence à un autre chapitre du livre qui présentera les solutions apportées :

Secteur L'entrepreneuriat digital, maintenant bien documenté et cible des discussions est un secteur fortement concurrentiel et de surcroît en perpétuel évolution. Ces mutations empêchent les entreprises en retard de libérer leur « mindset » informatique en accusant un complexe d'infériorité face à des concurrents à jour. Certains sont réfractaires car ils ne voient pas l'intérêt de se lancer dans une modernisation qui pourrait paraître obsolète dès la fin de sa mise en œuvre. La concurrence d'entreprises fortement implantées digitalement peut également être un frein pour des entrepreneurs qui voient le retard à combler comme un investissement non nécessaire et préfèrent garder leur savoir-faire et leur esprit familial.

Acceptation L'acceptation est un élément essentiel pour comprendre la psychologie d'une entreprise digitale. Cela passe par un principe de congruence qui relève de l'arbitrage entre différents facteurs de l'environnement de l'entreprise. Cela passe en priorité par l'identification du besoin digital de l'entreprise qui peut souvent être mal appréhendé en interne. D'où le besoin de s'informer sur le secteur et de s'entourer pour élaborer sa charte digitale. Pour aller plus loin, la mutation digitale est avant tout une réflexion sur le fondement même de votre entreprise : sa vision, ses valeurs, son ambition... Cela nécessite une parfaite connaissance de la raison d'être de l'entreprise.

Cette étape permettra d'inclure le collectif entrepreneurial entier à l'investissement que nécessite la transformation digitale. Un collectif dont certains membres peuvent être réticents à cette transformation.

Finances Le principal aspect reliant ressources financières et retard numérique est, là encore, un différentiel d'appréciation numérique. Certaines entreprises ne conçoivent pas l'investissement que peut devenir la digitalisation, et ne la lient qu'à une dépense importante à l'instant T. Elles y voient également une menace à la sécurité de l'entreprise qui pourrait coûter très cher. Là encore, les bienfaits de la digitalisation ne prennent pas le pas sur le risque éventuel.

Ressources et compétences De nombreuses entreprises sont confrontées au manque de ressources techniques. Elles ne sont tout simplement pas adaptées à l'Odyssée digitale. Elles décident alors d'opter pour un retrait total dans l'optique de minimiser les risques et d'éviter les mauvaises manœuvres (bad-buzz). Cela passe par un manque de compétences internes, de matériel ou de connaissances. Elles oublient que le digital est un métier et qu'elles peuvent être accompagnées par des experts. Le secret est même plus profond, et nous pouvons vous le dévoiler même si cela sonne la fin de nos carrières : vous pouvez même apprendre tout seul !

6. D'autres regards sur l'entrepreneuriat digital



Si vous lisez ce livre blanc, c'est que l'univers du digital résonne quelque part en vous (ou que vous êtes un membre de notre famille qui veut nous faire plaisir). Néanmoins, les approches vis-à-vis de l'écosystème numérique sont bien différentes et entérinent parfois les visions négatives ou positives sur le sujet.

Ces approches peuvent être de toutes formes, notamment culturelles ou générationnelles. Un distinguo est notamment à relever vis-à-vis des différences de mutations entre le marché américain et français par exemple.

Dans un pays qui a vu émerger les plus grandes figures de l'entrepreneuriat digital, dans lequel siègent toutes les plus grandes multinationales et qui réunit toutes les conditions nécessaires au développement des projets digitaux, les appétences pour le sujet semblent plus certaines. Aussi bien au niveau du marché que de la clientèle en recherche de nouvelles solutions digitales. La mutation est tout simplement plus récente. Si la méthode est globalisée depuis plusieurs années, l'esprit digital est plus fortement enraciné outre atlantique.

Une question se pose enfin quant au différentiel générationnel. En effet, il est intéressant de se demander si l'appétence pour le digital est une question d'âge. Même si nous savons que les seniors sont de plus en plus connectés (2 seniors sur trois utilisent internet quotidiennement), ils ne font pas encore le lien entre leur activité professionnelle et le digital. Là où les nouvelles générations intègrent directement cette dynamique à la genèse de leur projet.

SYNTHÈSE

- Même si le digital fait partie intégrante de nos mentalités il n'est pas toujours utilisé dans le cadre entrepreneurial ;
- L'entrepreneur digital a intégré les problématiques numériques dès la genèse de son projet ;
- L'entrepreneur digital est avant tout un créateur d'entreprise, qu'il doit diriger comme tel ;
- L'entrepreneur digital dispose d'un grand nombre de compétences et connaissances ;
- Les freins à prendre le virage du digital peuvent être résumé en quatre points : Secteur, Acceptation, Finance, Ressources & Compétences ;
- Les divergences sociales et culturelles sont un vecteur de différences d'approche vis-à-vis du digital.