



■ À la une

CHANGER DE VIE !

Ils ont tout plaqué pour réaliser leur rêve...

Ce passionné de musique est devenu le n°1 de la vente d'instruments en ligne

Des bancs de l'école de commerce (Négocia) au siège de P-DG du 1^{er} site français de vente d'instruments en ligne, il n'y a qu'un pas que Christophe Chauvin a franchi en créant Woodbrass. Et il en a eu du flair. Avec 30 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2011 pour 400.000 euros de bénéfices, l'entreprise s'est fait un nom dans le monde de la musique.

Proposant 820 marques et 75.000 articles référencés, Woodbrass dispose aussi d'une boutique de 760 m² au cœur de la Cité de la musique à Paris. «Le marché d'Internet est arrivé à maturité. Nous n'atteindrons plus des croissances permanentes à 2 chiffres comme ce fut le cas. Mais le secteur de la musique a une particularité : 30% des ventes se font sur Internet, ce qui est énorme. C'est en partie lié au fait



Christophe Chauvin,
P-DG de Woodbrass

Notre idée de développement est donc de mettre en place une nouvelle forme de magasin offrant une nouvelle expérience aux consommateurs». Ce joueur de hautbois de quarante-trois ans

qu'il y a une défaillance du réseau de magasins.

studios de répétition, des studios d'enregistrement, une scène avec possibilité de louer du matériel. Un 1^{er} magasin pilote devrait voir le jour à Angers en 2013. «Ensuite, la façon la plus rapide et la plus intéressante de développer ce concept sera la franchise». Le profil du futur franchisé ? Des cadres qui rêvent de se lancer et ont un intérêt pour la musique. «Forts de leur expérience de management, ils pourront s'appuyer sur le savoir-faire de Woodbrass pour créer leur entreprise». Les parties commerciales et logistiques sont prêtes. Reste maintenant à peaufiner le concept «services» et à perfectionner le modèle.

souhaite créer un magasin qui intègre une école de musique, des

Encore faut-il savoir ce que l'on cherche. «En premier lieu, il faut que les gens aient une passion ou un rêve depuis longtemps et qu'ils ne puissent pas l'assouvir dans leur travail», souligne Marc Gesbert, trente-cinq ans, P-DG fondateur de Viamétiers, qui propose de tester un métier avant de se lancer dans une nouvelle carrière. «Dans la majorité des cas, les demandes de test surviennent après un licenciement. Les gens doivent alors faire un choix : continuer dans le même métier, en profiter pour opérer un changement radical». Quant aux candidats à la reconversion qui ne sont pas victimes de licenciement, leur motiva-

tion vient souvent d'une certaine frustration : ne pas pouvoir gravir davantage d'échelons, ne pas être maître de son destin... Des jouets aux bateaux, des salles de marché à Internet, de la gestion au tourisme... tout est possible à condition d'avoir un projet bien ficelé. D'ailleurs, les exemples de réussite ne manquent pas.

80% des stagiaires de Viamétiers souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat. «Ils ne veulent plus dépendre d'une entreprise, n'être qu'un maillon de la chaîne. Ils ont perdu de vue le sens de leur travail et cela leur manque», insiste Marc Gesbert. Ainsi, certains secteurs d'activité comme les télécoms, les banques et la grande distribution «fournissent» la plupart des stagiaires. «D'autres viennent également du bâtiment, quelquefois de l'hôtellerie et de la restauration. Beaucoup sont issus de grosses entreprises».

La moyenne d'âge de la recon-



Le financier est devenu un grand voyageur

Geoffroy de Becdelièvre, tout juste quarante ans, mesure le chemin parcouru ces dernières années. En quatre ans, PlanetVEO a marqué de son empreinte le monde du tourisme, affichant en 2011 un chiffre d'affaires de 22,9 millions d'euros et une croissance de 70% sur le 1^{er} trimestre 2012. Un succès issu d'une passion. Déjà pendant ses études, il donne des cours de tennis... avec l'objectif de découvrir des contrées lointaines (l'Inde, la Colombie, l'Argentine). Un loisir essentiel à l'époque pour contrebalancer son métier

dans la finance. Après de brillantes études de gestion (diplôme d'études comptables et financières), Geoffroy de Becdelièvre se fait embaucher comme auditeur dans de grands groupes industriels, notamment KPMG. «Ma formation m'a appris à compter ! Or, lorsque l'on est chef d'entreprise, savoir compter, surtout dans un métier comme le nôtre où les marges ne sont pas énormes, c'est crucial. J'ai donc appris la rigueur, indispensable pour gérer une entreprise».

En 2002, il décide de

changer de vie et part pour tant que partenaire chez Asian Business Bridge pour aider les entreprises françaises à s'implanter à Shanghai, en profitant de l'occasion pour peaufiner



Geoffroy de Becdelièvre, président de PlanetVEO.com

son projet. L'élément déclencheur ? «Les 100

millions de Chinois prêts à sillonner la planète. Je me suis rendu compte qu'il y avait un marché, c'est ce qui a suscité ma volonté d'entreprendre dans le tourisme». Son idée de départ : faire voyager les Chinois en France. Mais, entre les difficultés juridiques et un pays fermé aux agences de voyages étrangères, il lance la création de voyages sur mesure pour une clientèle française à destination de la Chine, du Vietnam et de l'Inde. «Dès le début de l'aventure, j'ai eu la chance de faire entrer comme actionnaire Francis Reversé, fondateur de Dégriftour, qui a revendu sa société en 2000 pour 120 millions d'euros à Lastminute.

com. Dans ce business depuis plus de vingt ans, il m'a apporté une formation accélérée». Quatre ans après la création, le bilan est positif puisque le chiffre d'affaires prévisionnel pour 2012 devrait s'élever à 30 millions d'euros, l'objectif étant d'atteindre les 100 millions en 2016. «La société est rentable donc elle est saine. C'est satisfaisant de savoir qu'à notre petite échelle, nous avons réussi à créer 100 emplois sur la France». Même s'il avoue que créer une entreprise dans un secteur que l'on ne connaît pas reste compliqué et qu'il ne le recommanderait pas à tout le monde, il n'a aucun regret.

L'ex-N°1 des sondages cultive Château Thuerry, étoile du vin de Provence

En 1998, Jean-Louis Croquet troque les sandwiches au thon et au bacon pris au pied des tours londoniennes pour des repas à base de sangliers, de truffes et de laurier dégustés au cœur d'un domaine viticole provençal «Château Thuerry» près de Draguignan. «J'ai rajouté dix ans en changeant de vie ». Il faut dire que celui que sa famille surnommait «Monsieur l'm coming» en a eu assez de passer son temps dans

les avions et a souhaité être plus épanoui dans son quotidien. «Avant, j'avais une fonction dans le business. Aujourd'hui, j'ai un vrai métier». Il quitte donc le monde des sondages dans lequel il excellait (il a été un temps n°1 mondial avec Taylor-Nelson) pour s'établir en tant que vigneron du domaine Château Thuerry, au cœur du Parc régional naturel du Haut-Var-Verdon. «Ma première carrière m'a permis d'économiser et d'acheter le domaine

sans m'endetter. Elle m'a donné un sens aigu du marketing, de la stratégie de développement. J'ai immédiatement vu les forces et les faiblesses du secteur viticole de cette région». De l'acquisition en 1998 à la réalisation des chais en 2000 en passant par les replantations, l'homme a investi 25 millions d'euros. Son objectif étant de devenir une référence dans le



Jean-Louis Croquet, propriétaire du domaine Château Thuerry

produire plus de 200.000

bouteilles par an, se concentrant sur la qualité. À soixante-huit ans, Jean-Louis Croquet n'a rien perdu de son panache et de son dynamisme, heureux dans son petit coin de paradis.

Sud-Est, il n'est pas fier lorsque certains de ses crus sont présentés en coups de cœur dans le guide Hachette des vins. Avec un chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros, il affirme ne pas vouloir



■ Enquête

Pourquoi les passionnés réussissent mieux

Heureux de monter à l'Arbre Vert

Si L'Arbre Vert est devenu le leader français des produits d'entretien écologiques, c'est grâce à la volonté d'un homme, Michel Leuthy, P-DG de Novamex (31,6 millions d'euros de CA en 2011). L'aventure commence quand ce chimiste de formation, passionné d'environnement (il a d'ailleurs travaillé pendant 7 ans dans le traitement de l'eau potable), reprend en 2001 une usine de produits d'entretien en liquidation près de Poitiers. « Parmi les marques que nous reprenons alors se trouve L'Arbre Vert. Notre chance a été de pouvoir bénéficier en 2003 de l'Écolabel dont le 1^{er} règlement dans la catégorie entretien voit le jour à cette époque ». De fil en aiguille, des liquides-vaisselle aux lessives, la marque verte séduit, d'autant qu'elle est proposée en grande distribution au même prix que les marques leaders du secteur. Entre 2010 et 2011,

11% des foyers français ont acheté au moins un des produits L'Arbre Vert, soit 3,1 millions de foyers, en progression de 300.000 clients (source : KANTAR Worldpanel). « Dans le secteur de l'entretien, le marché dans son ensemble représente près de 4 milliards d'euros ! Avec L'Arbre Vert, nous réalisons moins de 30 millions d'euros sur le marché français. Compte tenu de la taille de notre usine, de nos capacités, de nos perspectives, nous devrions raisonnablement pouvoir atteindre à court terme une centaine de millions d'euros. Je serai alors le plus heureux des hommes même si aujourd'hui je suis très satisfait de la façon dont la société a évolué ».



Michel Leuthy,
P-DG de
Novamex

D'autant que cet écologiste dans l'âme a développé des produits respectueux de l'environnement au sein d'un site également respectueux de la nature. « Dès le début, j'ai mis un point d'honneur à le réhabiliter en investissant 8 millions d'euros dans sa restructuration. Aujourd'hui, le site est certifié ISO 14001 », déclare fièrement l'entrepreneur de 57 ans, qui n'hésite pas à investir chaque année 5% du CA de sa société en recherche et développement.

C'est sûr, plus vous avez l'enthousiasme, plus vous avez de chance d'y arriver !

Parti de rien, Franck Provost, petit gamin originaire de la Sarthe, s'est élevé au rang de roi de la coiffure grâce à sa passion ! À l'image de ces entrepreneurs qui s'appuient sur leur passion pour réussir, une entreprise florissante, en l'occurrence le groupe Provalliance au chiffre d'affaires alléchant de 1 milliard d'euros. C'est une lame de fond, de plus en plus de créateurs se lancent avec pour unique objectif : réussir en se faisant plaisir.

Un moteur efficace

Les premiers mois d'un entrepreneur ne sont pas de tout repos. Recherches de financement, démarches pour dénicher clients et fournisseurs... les obstacles sont nombreux. Le chef d'entreprise passionné mise sur sa foi. « La passion m'a été indispensable pour trouver la force et l'énergie de le réaliser, surtout dans une période d'incubation aussi longue. Même si la passion est abstraite et qu'il est difficile de l'intégrer dans un business plan, je pense qu'elle est une



Les frères Bouroullec ont le design dans le sang

C'est de Quimper, Finistère, que nous viennent ces artistes audacieux mais discrets. Ronan, l'aîné âgé de 41 ans, a fait ses études à l'École

nationale supérieure des arts décoratifs (ENSAD), tandis qu'Erwan, le cadet du haut de ses 36 printemps, a choisi la voie des Beaux-Arts de Cergy-Pontoise. Une

même passion pour la création et l'innovation les anime, les poussant vers la capitale. Au grand désarroi de leur famille ancrée depuis toujours en Bretagne, les frères décident en 1999 de s'associer au sein d'un atelier pour un travail à quatre mains, basé sur le modulable et le fonctionnel. De leur enfance à la campagne, ils conservent un amour pour la nature et les plantes. En témoignent

notamment les Algues, éléments modulaires à assembler pour architecturer l'espace, vendus à plus de 3 millions d'exemplaires, ou leur Chaise Végétale, fruit de 4 années de travail ! Aujourd'hui, les deux bretons, qui ont installé leur atelier à Belleville, sont des designers reconnus internationalement : les plus grandes marques de meubles (Cappellini, Ligne Roset, Kartell, Vitra) les sollicitent ; on contemple leur travail au

Erwan et Ronan
Bouroullec, P-DG
de l'entreprise
éponyme

Victoria & Albert Museum de Londres comme au MoMA de New York... et ils ont même récemment fait l'objet d'une grande rétrospective au centre Pompidou-Metz, entre octobre 2011 et juillet 2012. Cerise sur le gâteau, ils ont reçu le titre de « Créateurs de l'année » au salon Maison & Objet de Paris en janvier dernier. La voie du succès est décidément toute tracée pour ces provinciaux qui ont pris d'assaut la capitale.



composante indispensable du succès. Elle a été un véritable atout lorsqu'il a fallu convaincre et fédérer mes interlocuteurs autour de Kadaly», souligne Shirley Billot, fondatrice de la toute jeune marque Kadaly, cosmétologie naturelle aux actifs de bananier. Très tôt initiée par sa mère martiniquaise aux usages de la phytothérapie créole, elle se passionne pour la cosmétologie et la recherche végétale. De l'idée à la

mise au point du concept, cette création lui a pris 2 ans ! Il lui a d'abord fallu réaliser une étude bibliographique sur le bananier pour convaincre le CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement) de l'aider à réaliser ses travaux, mais aussi faire une étude de faisabilité économique avant de pouvoir trouver des partenaires et monter des dossiers d'aide à l'innovation.

Ne pas négliger les compétences demandées

Si la passion est un élément de motivation supplémentaire, elle peut rendre aveugle. «Le chef d'entreprise passionné est parfois trop centré sur son expertise et se laisse envahir par sa méconnaissance de la dimension commerciale, marketing, gestion administrative... Les erreurs peuvent alors

Ubisoft : l'aventure de mordus du jeu vidéo

Yves Guillemot, 52 ans, cofondateur d'Ubisoft, 3^{ème} plus grand studio de jeux vidéo au monde, est un mordu du jeu vidéo. Ce Breton d'origine a fait de son entreprise, fondée en 1986, une des références du jeu vidéo grâce à des valeurs sûres et des licences inédites, affichant un chiffre d'affaires de 1.061 millions d'euros. «L'industrie du jeu vidéo est un univers rempli de créativité. Donc, pour briller, il faut en faire toujours plus. Assassin's Creed 3 ou



Far Cry 3 ont nécessité 3 ans de travail, Splinter Cell 2 ans». Ce succès, l'homme l'explique par une décision prise il y a 3 ans «de changer de mode de production pour produire "plus gros"». Fin des années 80, lorsqu'Ubisoft voit le jour, le fondateur s'entoure de passionnés, comme lui. «Nous avons travaillé avec de jeunes programmeurs externes, dont la moyenne d'âge était de 18 ans. Tous étaient très créatifs, mais peu coutumiers de la vie d'entreprise, ne respectant pas souvent les délais par exemple. Après quelques frayeurs, nous avons donc décidé de louer un château. Là, nourris

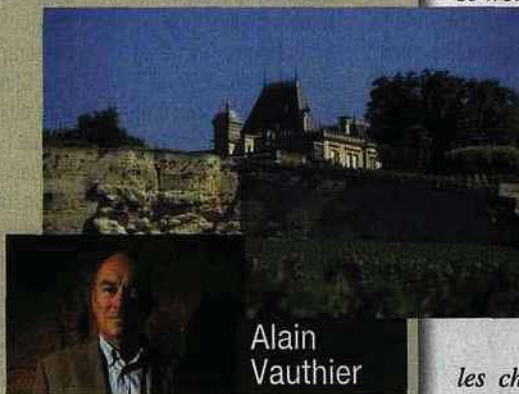
et hébergés, nos programmeurs se sentaient comme chez eux et étaient beaucoup plus efficaces, avec des horaires de travail décalés : ils bossaient jusqu'à 2 heures du matin et se réveillaient à midi...», se souvient le P-DG. Jusqu'en 2000, Ubisoft est dirigée par les 5 frères Guillemot. Une passion familiale donc pour Claude, 55 ans, aujourd'hui à la tête de Guillemot Corporation (matériel informatique, 11,1 M€ de CA) ; Michel, 53 ans, qui dirige Gameloft (jeux pour téléphones mobiles, 164 M€ de CA) ; Gérard, 52 ans, qui développe des scénarii de jeux vidéo avec Longtail à New York (21,9 M€ de CA) ; Christian, 57 ans, qui dirige les logiciels

AMA à Londres (11,1 M€ de CA). «Nous avons toujours eu le goût d'entreprendre, de relever des challenges et de réussir ensemble. Cela crée une dynamique». Et même si Yves Guillemot dirige aujourd'hui seul Ubisoft, «nous décidons ensemble de l'avenir de l'entreprise. D'ailleurs, nous divisons toutes les sociétés que nous fondons par 5 : nous avons tous le même salaire et le même nombre d'actions. Nous planifions ensemble les stratégies à adopter pour les différentes entreprises», s'enthousiasme le quinqua. Aujourd'hui, sa passion le fait toujours relever les challenges pour prendre ses concurrents de vitesse.

Château Ausone au plus haut point de St Émilion

Il est considéré par beaucoup comme le meilleur vin de Saint-Émilion. Devançant même son principal concurrent Cheval Blanc, comme lui Premier Grand Cru Classé A. C'est dire si Château Ausone jouit d'une très belle réputation dans le monde viticole. Depuis 1997, Alain Vauthier, dont la famille est propriétaire du domaine depuis le XVII^{ème} siècle, a les mains libres pour gérer le domaine à sa guise, après avoir racheté les parts de sa grande-tante 60 millions de francs... au nez et à la barbe de François Pinault. L'homme d'affaires, amateur de vin et acquéreur du Château Latour en 1993, avait fait une offre à hauteur de

60 millions de francs pour ce domaine de 7 hectares alors que l'expertise judiciaire l'avait évalué à 55 millions de francs. Mais en tant qu'héritier, Alain Vauthier a bénéficié du droit de préemption. Il se met donc rapidement au travail, restructurant le vignoble et investissant pour rénover les bâtiments en piteux état. Épaulé par l'œnologue Michel Rolland, Alain Vauthier, vigneron passionné et respecté, hisse le château à un niveau d'excellence, prenant soin encore aujourd'hui de



Alain Vauthier

produire moins de 20.000 bouteilles par an avec une priorité donnée au Cabernet Franc qui constitue 55% des cépages. Sa fille Pauline (27 ans), à qui il a transmis sa passion du vin, l'a rejoint dans l'entreprise en 2005, un BTS en viticulture œnologie en poche. Aujourd'hui, la fortune de la famille Vauthier est estimée à 180 millions d'euros.

être de surestimer la taille du marché, sous-évaluer le prix des prestations ou se tromper sur les besoins des clients», constate Pascal Domont, président de la société française de coaching.

Il est donc essentiel de rester au contact de la réalité, coûte que coûte. En tant que coach, Pascal Domont bouscule souvent les chefs d'entreprise pour leur faire prendre conscience de cette réalité. «Parfois, le coach a besoin de dire à l'entrepreneur que démarrer sur les chapeaux de roue est une bonne chose mais que, pour que l'entreprise perdure, il existe des contraintes liées au système à ne pas négliger, comme la prospection, la gestion... Ce qui est difficile, c'est de le convaincre sans pour autant lui faire perdre sa motivation et ses perspectives».

Bien s'entourer

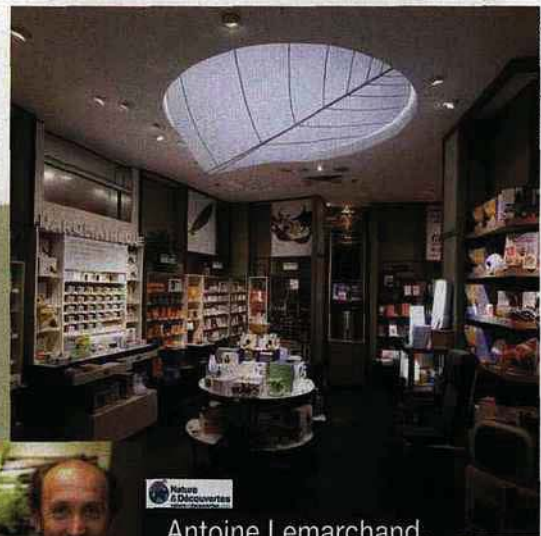
Se faire épauler par les bonnes personnes, qualifiées dans leur domaine, est certes important pour tout chef d'entreprise, encore plus lorsque l'on est passionné et que l'on n'a pas toujours

Nature & Découvertes : il n'aurait rien pu faire d'autre !

Chez les Lemarchand, la passion se transmet de père en fils, une passion pour la nature et l'environnement qui a donné naissance en 1990 à Nature & Découvertes. 22 ans plus tard, la société affiche un impressionnant CA de 177 millions d'euros. Bien plus qu'une simple enseigne, Nature & Découvertes est un oasis de bien-être au cœur des centres commerciaux, un lieu atypique spécialisé dans la vente de produits mais aussi l'organisation de balades, visites

et excursions en tout genre. «*Mon rêve est que la marque incarne, aux yeux de tous, le commerce de demain : un commerce où l'on ne fait pas que vendre des produits, où l'on a plaisir à aller, à rencontrer des passionnés qui racontent des histoires et donnent des conseils, un commerce qui invite toutes et tous à aller dans la nature. Car c'est bien cette mission-là, reconnecter les citoyens à la nature, que j'entends poursuivre et renforcer*», raconte Antoine Lemarchand (40 ans)

qui a rejoint l'entreprise familiale en 2007 en tant que directeur du développement des relations internationales puis vice-président et directeur opérationnel avant de succéder à son père, François, en tant que P-DG en février 2011. Suivant les traces paternelles, il poursuit le développement de l'enseigne tout en conservant l'esprit humaniste de l'entreprise. Depuis son arrivée, les magasins changent d'allure, se réorganisent



Serguette - LaFontaine

Antoine Lemarchand,
P-DG de Nature & Découvertes

en suivant les principes de l'éco-conception : les murs végétaux et les murs en pierres taillées cohabitent pour offrir des espaces accueillants. Enfin, la société reverse chaque année 10% des bénéfices nets à la fondation d'entreprise

Nature & Découvertes et 10% à la fondation familiale Lemarchand pour l'équilibre entre les Hommes et la Terre. Pas de doute, chez les Lemarchand, le respect de la nature et de l'homme restent les priorités.

toutes les cartes en main pour mener à bien son projet. «*Conscients que nous n'avions pas toutes les connaissances requises, nous avons fait confiance à une directrice commerciale externe qui nous a orientés vers le salon Beyond Beauty Paris, carrefour international de la filière cosmétique. Dès septembre 2011, nous y avons présenté notre gamme Omum en avant-première avec des prototypes*». Et c'est une belle surprise qui attend alors Marie-Pascale Ballet (35 ans), créatrice de la marque de soins pour future maman Omum. «*Nous y avons rencontré les acheteurs de La Gardénial/Limoni (groupe de parfumeries leader en Italie) particulièrement intéressés. Dès que nos produits ont été sur le marché, en février 2012, les négociations se sont accélérées. Ils ont souhaité que nous nous implantions immédiatement. C'était une décision difficile à prendre car un si gros contrat est presque*



Robopolis : le rêve réalisé de Bruno Bonnell

Il construit son 1^{er} robot à 10 ans en trafiquant une vieille machine à laver. «*Je rêvais de conquête de la lune en regardant Neil Armstrong faire le petit pas qui menait au grand bond*», se souvient Bruno Bonnell, 54 ans. Robopolis, un rêve de gosse... devenu réalité. «*J'ai toujours en moi le rêve que les progrès scientifiques feront progresser l'humanité.*

La passion est un moteur d'initiative, d'échanges et de stratégies», insiste l'ex-Infogrames, débarqué en 2007. Pugnace, le Lyonnais croit si fort que les

robots seront la prochaine révolution industrielle qu'il reprend Robopolis, une petite boutique, en 2006. «*En choisissant d'acquiescer une entreprise en difficulté et en sous-estimant le travail et les coûts de restructuration, j'ai eu parfois des vertiges mais jamais de doute sur la finalité de mes choix*», confie-t-il. Mais le succès est au rendez-vous, l'entreprise affichant 26 millions d'euros de CA. Pour autant, piloter une entreprise par passion ne signifie pas vivre dans l'excitation permanente. «*Il faut aussi savoir faire preuve de lucidité face à sa passion, savoir apprécier l'argent que*

l'on investit ou que l'on récolte, qui reste le sang de toute aventure entrepreneuriale». Ce multi entrepreneur (président de Robopolis, du syndicat professionnel de la robotique de service en France et fondateur d'Awabot, société de création de plates-formes robotiques) vient d'ailleurs d'être élu président du conseil d'administration d'EMLYON Business School. «*Je suis convaincu que la transmission de l'esprit d'entreprendre fait partie des missions de l'entrepreneur*». On lui souhaite de rester fidèle à ses passions.



Bruno Bonnell

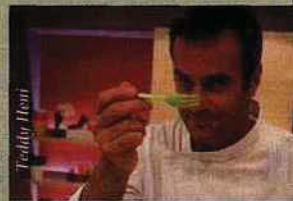
750 grammes de plaisir !

Au départ, 750 grammes naît de la passion de Jean-Baptiste, son frère, pour le vin.

En 1999, Jean-Baptiste Duquesne, passionné de vin, lance le site 750.com (13,7 millions de CA). Mais très vite, les internautes en veulent plus, souhaitant pouvoir accorder les vins en vente en ligne avec des recettes. «*J'ai eu naturellement envie d'apporter à mon frère mon expertise culinaire*», se souvient Damien Duquesne, 39 ans, créateur du site 750 grammes et fondateur du Salon du Blog Culinnaire. «*750 grammes, le poids du liquide dans une bouteille de vin, naît en 2004*».

L'aventure des frères, tous deux passionnés de gastronomie, est lancée. Avec la passion comme seul moteur, Damien Duquesne le dit très ouvertement : «*Je ne suis ni un grand marketeur ni un grand comptable. La notion de plaisir étant plus qu'importante, je peux prendre des risques uniquement pour vivre de nouvelles expériences. J'aime les rencontres humaines fortes avec des hommes ou des marques dont les projets me parlent. Je peux alors être très coopératif ! Avoir la*

possibilité de donner des coups de pouce à des jeunes rend notre aventure encore plus plaisante. Cela permet aussi de toujours rester modeste. Il y a quelques années, nous étions à leur place !», confie le chef, dont le site réalise tout de même 2 millions de CA. D'ailleurs, ce quadra fou de cuisine enseigne toujours dans une école hôtelière 2 jours par semaine pour transmettre sa passion. «*Je m'ennuie très vite dans d'autres univers que la cuisine. Chaque jour, j'ai le plaisir d'apprendre de nouvelles choses et de faire de belles rencontres. Je me souviens d'un dîner officiel*



Damien Duquesne

pour le jury du Festival de Cannes 2011. Faire la cuisine à Robert de Niro et Uma Thurman en même temps c'est plutôt plaisant !», se régale-t-il. Plus sage, Jean-Baptiste, 41 ans, directeur général de 750 grammes, veille à la gestion et aux investissements. Damien garde néanmoins la tête sur les épaules et le bilan est plutôt positif. «*La*

passion ne peut s'épanouir que dans un cadre viable, sinon cela s'appelle de la folie. Mais je ne regrette



rien, pas même les petites erreurs formatrices. Surtout, l'envie d'aller encore plus loin pour se faire davantage plaisir au quotidien est toujours présente». En projet, l'ouverture d'une école de cuisine, des versions étrangères des deux sites, l'écriture de livres de cuisine... «*de quoi m'occuper pendant les 20 prochaines années...*», sourit-il. Dans l'immédiat, Damien met Soissons dans une assiette du 16 au 18 novembre prochain.

prématuré dans la vie d'une jeune entreprise. Car qui dit chaîne de magasins, dit besoin de trésorerie ! Nous avons pourtant pris le risque, estimant que cette opportunité, même si elle venait un peu trop tôt dans notre business plan, ne se refusait pas». Un pari risqué... mais réussi avec l'implantation des produits dans une trentaine

de magasins en Italie et un objectif de 160 à l'horizon 2013. Côté marché français, si le développement a dû être repoussé, Omum est néanmoins présente dans une quinzaine de points de vente avec de belles enseignes comme Mademoiselle Bio, correspondant parfaitement à une stratégie de distribution sélective. Ravie, Marie-Pascale Ballet

table pour 2012 sur un chiffre d'affaires de 800.000 euros.

De son côté, Geoffroy de Becdelièvre, passionné de voyages et fondateur en 2008 de PlanetVEO (création de voyages sur mesure), a fait appel à Francis Reversé, fondateur de Dégriftour, pour l'accompagner dans cette aventure. «*Dans ce business depuis plus de 20 ans, il m'a vraiment permis de suivre une formation accélérée pour mieux comprendre les atouts et faiblesses du secteur du tourisme*». Et le bilan, 4 ans après la création, est positif puisque le chiffre d'affaires prévisionnel pour 2012 s'élève à 30 millions d'euros.

Un investissement humain colossal

«*L'une des motivations principales de l'entrepreneur qui fait de sa passion son métier reste la réalisation de soi. Or, le risque est grand de se concentrer sur sa tâche et de négliger son environnement, à commencer par la cellule familiale*», souligne Pascal Domont. Difficile parfois de trouver le juste équilibre entre l'investissement dans sa passion et sa vie personnelle. «*La difficulté, lorsqu'on démarre, c'est qu'il faut être partout avec des moyens limités. Allier la création d'une entreprise à la vie de mère de famille engendre parfois des débordements qui imposent des limites à l'investissement personnel. Mais cet investissement est absolument nécessaire et demeure un préalable sans doute inéluctable à la réussite de tout projet. Je suis une véritable passionnée et je n'ai pas de limite quand je travaille, mon seul garde-fou, c'est mon fils. Son regard est un bon moyen de me faire redescendre sur terre*», raconte Shirley Billot, créatrice de Kadaly's qui prévoit un chiffre d'affaires de 800.000 euros d'ici fin 2013.

«*La sphère familiale doit soutenir l'entrepreneur dès le début et y croire, sinon le projet risque de ne pas*