

Lonely at the top : Peut-on vraiment entreprendre seul ?

Est-ce difficile de monter sa startup seul ? Ou est-ce juste un mythe ? Et est-ce que cela change vraiment quelque chose vis à vis des investisseurs ? Autant de questions que les entrepreneurs se posent au moment de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. Maddyness a voulu démêler le vrai du faux en les posant directement aux premiers concernés.

Temps de lecture : minute

16 juillet 2018

L'entrepreneuriat est une aventure unique mais semée d'embûches. Pas étonnant alors que ceux qui s'y risquent se renseignent longuement sur les conseils à suivre et les pièges à éviter. Et parmi eux, il y en a un qui semble toujours revenir : ne pas monter sa startup sans associé. De tribunes en table-rondes, entrepreneurs et investisseurs ressassent cette ritournelle, prédisant à ceux qui en feraient fi tous les maux de la Terre. L'entrepreneuriat en solo est même en tête des 18 erreurs qui tuent une startup selon Paul Graham, le fondateur de Y Combinator.



À lire aussi

7 bonnes raisons de ne pas créer sa startup seul

Mais qu'en est-il vraiment ? Et surtout, d'où vient ce mythe ?

Lorsque l'on pose la question aux entrepreneurs, la première réponse est invariablement la même : monter sa startup seul, c'est risquer de froisser les investisseurs. Ces derniers seraient en effet très frileux à l'idée de financer des entreprises avec un seul fondateur. Edgy Le Ribault, associé chez Auriga Partners, confirme : *"C'est un plus quand un entrepreneur se présente avec un cofondateur. Déjà parce que ça permet un soutien émotionnel dans ce roller coaster qu'est la création d'entreprise. Et puis pour les projets avec une vraie dimension technologique, on apprécie que ce soit incarné par un spécialiste. Le risque, s'il est seul, c'est qu'il ne parvienne pas à gérer tous les aspect commerciaux et financiers."*

Même constat de la part de Julien Le Drogo, responsable des

investissements pour Starquest Capital : *"C'est vrai qu'on dit souvent ne pas aimer les solo-entrepreneurs, ne pas être à l'aise avec ça, parce que c'est trop pour un seul homme. L'entrepreneuriat c'est un marathon, pas un sprint, et le faire tout seul c'est vraiment hors norme."* Ce qui n'empêche pas le fonds de les accompagner quand même : chez Starquest, 1 entreprise sur 5 n'est dirigée que par une seule personne. Ces entreprises représentent 75% des échecs, mais aussi 70% des exit. Des chiffres apparemment contradictoires qui illustrent en réalité la complexité de la question de l'association.

Le mythe du mythe

Et si le mythe du solo-entrepreneur n'en était en réalité pas un ? C'est en tous cas ce que laissent penser les chiffres de la base de données Sirene : 83% des entreprises créées en 2016 l'ont été sous une forme unipersonnelle (entreprise individuelle, EURL ou SASU). Une proportion qui n'a cessé d'augmenter depuis quelques années : elle représentait 61% des entreprises créées avant 2008. Et contrairement à ce que l'on croit entendre partout, seul un créateur d'entreprise sur cinq déclarait qu'il est difficile d'entreprendre seul d'après l'enquête Sine génération 2010 de l'Insee.

Arbia Smiti fait partie de ceux-là. La jeune femme a fondé seule Carnet de Mode en 2011 : *"Quand j'ai commencé, l'écosystème n'était pas aussi dynamique qu'aujourd'hui. Je me suis lancée sans réseau et sans accompagnement, et si j'avais su j'aurais vraiment pris le temps de chercher un associé. À l'époque j'étais dans le vif de l'action, j'ai juste lâché mon job et j'ai foncé, sans business plan, sans avoir passé toutes les étapes théoriques. Sauf que je me suis retrouvée la tête dans le guidon."*



À lire aussi

9 sources de décisions absurdes qui peuvent vous conduire droit dans le mur

Perte de temps, absence d'émulation intellectuelle, erreurs multipliées, isolement, charge de travail alourdie... Pour Arbia Smiti, les difficultés à entreprendre seule sont nombreuses et pesantes. Comme les VCs, elle est persuadée qu'avoir un cofondateur apporte une vraie plus-value à l'entreprise : *"Seule, il m'a fallu monter en compétences très vite alors que si j'avais eu quelqu'un j'aurais pu me concentrer sur ce sur quoi je suis vraiment compétente : le growth hacking. Pour les investisseurs, le profil des fondateurs est un peu le seul indicateur."* La fondatrice de Carnet de Mode se dit "chanceuse" d'avoir pu lever des fonds, mais garde un goût amer de cette expérience.

"Après 7 ans d'entrepreneuriat, je ne donnerais qu'un seul conseil : s'associer."

Un conseil qu'Arbia Smiti s'applique d'abord à elle-même : après avoir vendu Carnet de mode en fin d'année dernière, la jeune femme se lance aujourd'hui dans un nouveau projet - non sans avoir au préalable trouvé un associé. *"J'y passe tout mon temps : pour moi c'est au mois 30% voire 50% du succès. Maintenant que je me connais, avec mes points faibles, je sais vraiment ce que je dois chercher. Et si jamais je ne trouve pas ce qu'il me faut, alors je commencerai toute seule mais c'est un cas extrême : je suis sûre qu'il y a au moins une personne qui sera ma perle rare."*

Entrepreneur cherche cofondateur à tous prix

La perle rare, Lucie Batail croyait l'avoir trouvée en arrivant à HEC Paris. Alors qu'elle vient de terminer ses études de pharmacie, la future fondatrice de Laboté intègre le master entrepreneuriat du campus de Jouy-en-Josas pour mettre sur pied son projet de cosmétiques sur-mesure. Elle y rencontre une amie avec qui elle décide de s'associer... pour deux semaines : *"Dès qu'on a commencé à vraiment discuter de la façon dont on voulait faire les choses, on s'est rendues compte que ça ne marchait pas, donc on a préféré arrêter là. Heureusement c'était avant que l'on dépose les statuts, donc ça n'a pas été trop grave."*



À lire aussi

Avec Laboté, la cosmétique sur-mesure a enfin un visage

Encouragée de toutes parts à retrouver un associé, Lucile Batail repart à la recherche du cofondateur idéal. *"On m'a beaucoup répété qu'il fallait que je me fasse épauler par un homme plus âgé, comme si le fait d'être une jeune femme était un handicap. Donc j'ai essayé à plusieurs reprises mais ça n'a pas marché. Et ensuite plus on avance, plus on relève de challenges, moins c'est facile de faire une place à quelqu'un. D'autant que techniquement j'avais toutes les compétences pour monter une marque de cosmétiques : je savais faire des formules, j'ai vraiment développé toute la partie scientifique, et puis j'avais été suffisamment formée à HEC pour travailler la partie commerciale."*

Ce qui ne l'empêche pas de rencontrer des difficultés, et de passer plus de 9 mois à lever des fonds en 2017. La fondatrice de Laboté comprend alors que si elle peut rester seule à la tête de son projet, elle ne peut rester dans son coin. *"Le fait d'être seule rend le quotidien plus difficile, c'est un fait. Tant que vous n'avez pas une super équipe autour de vous,*

vous vous sentez très seul pour prendre vos décisions, pour encaisser les coups durs. Il faut pouvoir compter sur certains collaborateurs et sur sa famille pour vous soutenir et vous écouter, même s'ils n'ont pas de solution à vos problèmes. À part ça, tout le reste est gérable", confie-t-elle.

Savoir s'entourer serait donc la recette du succès, surtout quand on crée son entreprise seul. C'est aussi la conviction de Grégory Nicolaidis, fondateur de YouLoveWords. Lui s'est lancé en solo car il n'avait pas le temps de trouver un cofondateur :

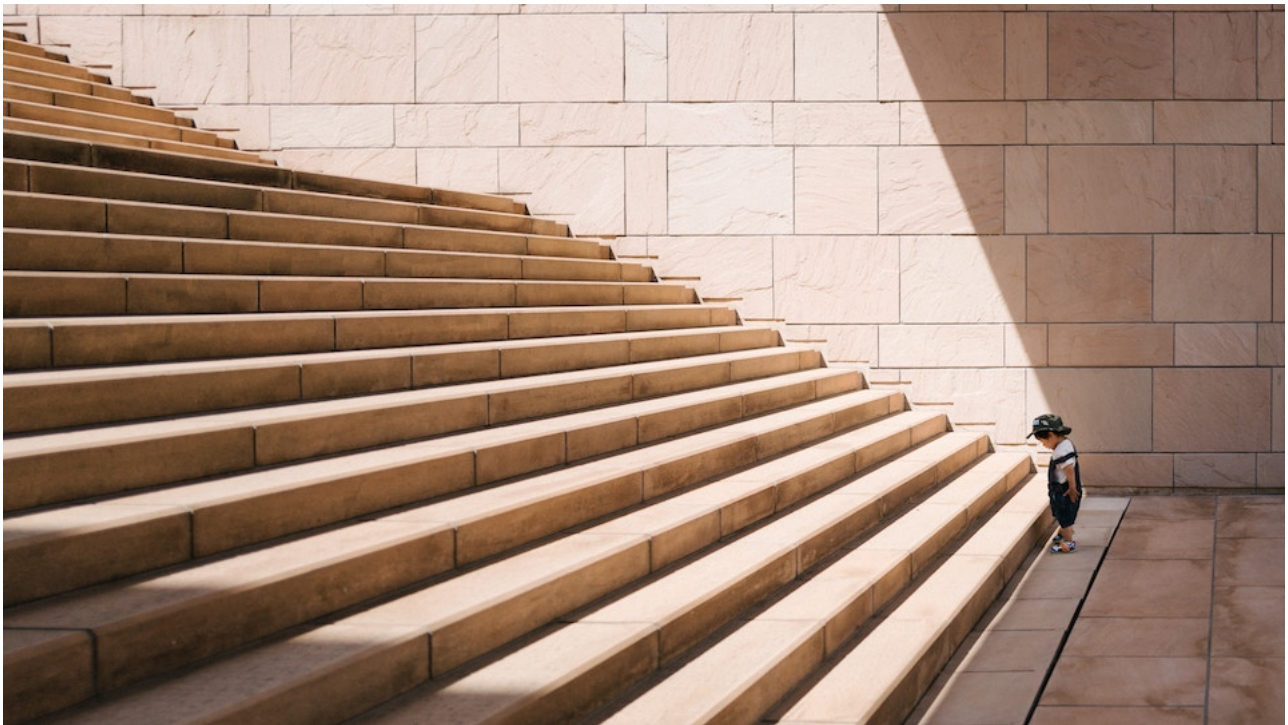
"Faute d'associé, je me suis rapproché de plusieurs incubateurs qui étaient autant d'écosystèmes me permettant de ne pas être seul sans diluer le capital : j'étais à des carrefours de personnes, de compétences sur lesquelles m'adosser."

Dans la même optique, il rejoint très vite le Réseau Entreprendre - "*qui m'a fait bénéficier de leurs visions et de leurs bonnes pratiques*" - et monte un board pour l'aider à développer son entreprise au quotidien. "*La vraie différence c'est que tu es vraiment le seul à t'arracher pendant plusieurs années et ça a forcément des effets, notamment sur la santé - moi-même j'y ai laissé des plumes. Mais j'ai aussi appris énormément dans de nombreux domaines : le commercial, la finance, le marketing, la relation avec les développeurs, tout*", se rappelle l'entrepreneur.

Les avantages de l'entrepreneuriat en solo

Car l'entrepreneuriat en solo a aussi ses avantages : n'avoir de compte à

rendre à personne, pouvoir avancer à son rythme, et surtout éviter les problèmes de conflit entre cofondateurs qui peuvent réellement freiner le développement d'une jeune entreprise. Si le taux d'association ayant mal terminé n'est pas connu, une mauvaise équipe est couramment cité comme le troisième critère le plus déterminant dans l'échec d'une startup.



À lire aussi

6 étapes à suivre pour (espérer) survivre plus de 3 ans

D'ailleurs, d'après les données de CrunchBase, sur 6100 "entreprises à succès mondial", 50% ont été fondées par des solo-entrepreneurs, 30% par un binôme, et 15% par une tripléte. C'est notamment le cas d'Amazon, Alibaba, Oracle, DropBox ou encore Tumblr pour ne citer qu'eux, qui ont toute un seul fondateur.

"On a tendance à dramatiser l'entrepreneuriat en solo. Pourtant, il ne faut surtout pas s'associer pour s'associer, car un divorce peut faire très très mal. Je pense qu'il n'y a pas plus d'inconvénient à entreprendre seul, sans cofondateur, que de difficultés à entreprendre avec des cofondateurs. Le

"risque d'équipe" est aussi important que le "risque produit" ou que le "risque de marché", conclut Edgy Le Ribault.

S'associer oui, mais avec ses collaborateurs

L'histoire de Céline Lazorthes, fondatrice de Leetchi et de Mangopay, montre une autre voie : impliquer l'équipe dans la gestion de l'entreprise, à la place d'un associé. Une décision qui s'est imposée à Céline Lazorthes un peu malgré elle. Quand elle décide de lancer seule son entreprise au tournant des années 2010, personne ne correspond à son profil et aux besoins du métiers et du service. La jeune femme se lance donc sans cofondateur. *"On m'a beaucoup fait remarqué que ce n'était pas la meilleure idée, et j'avais moi-même besoin d'un ping-pong intellectuel, de quelqu'un pour gérer les questions juridiques et financières que je maîtrisais moins bien."* Au bout de 18 mois, elle nomme donc Romain Mazeris au poste de directeur général.



À lire aussi

Céline Lazorthes raconte l'histoire de Leetchi

Et ne s'arrête pas là : au moment de sa première levée de fonds, 360 Capital Partners lui suggère d'ouvrir son capital aux collaborateurs via un pool BSPCE. Cet outil donne le droit aux employés de souscrire des actions de la startup à un prix fixé à l'avance, et permet de fidéliser les salariés et les associer au succès futur de la startup. *"Je ne connaissais pas le principe, mais maintenant je le fais pour tous les postes clés. Après, ça doit aller avec un vrai engagement et une motivation certaine, donc on ne peut pas en donner à tout le monde, mais pour nous ça a été une vraie réussite"*, se félicite Céline Lazorthes.

Et les résultats de l'étude menée en 2016 en par Réseau Entreprendre semblent lui donner raison : lorsque le réseau a demandé à ses membres quels étaient d'après eux les ingrédients du succès, ce sont les "collaborateurs motivés" qui surpassent tous les autres. *"Je pense qu'il ya pleins de façons différentes de réussir, et associer son équipe en est une, acquiesce la fondatrice de Leetchi. Après c'est sûr que le gâteau est plus petit que si on était seul, mais c'est aussi un moyen pour les salariés de participer à l'aventure entrepreneuriale sans prendre tous les risques."*

Article écrit par Maëlle Lafond