

Startup, TPE, scaleup, PME... n'est-ce qu'une question de vocabulaire ?

Si l'objectif de tout entrepreneur reste le même : gagner de l'argent en fournissant un service ou en vendant un produit, les créateurs de startups ont vocation à y parvenir en peu de temps grâce à une innovation forte. Pourtant, la « startup » est aussi devenu un argument de séduction massive...

Temps de lecture : minute

21 août 2019

Republication du 20 mars 2019

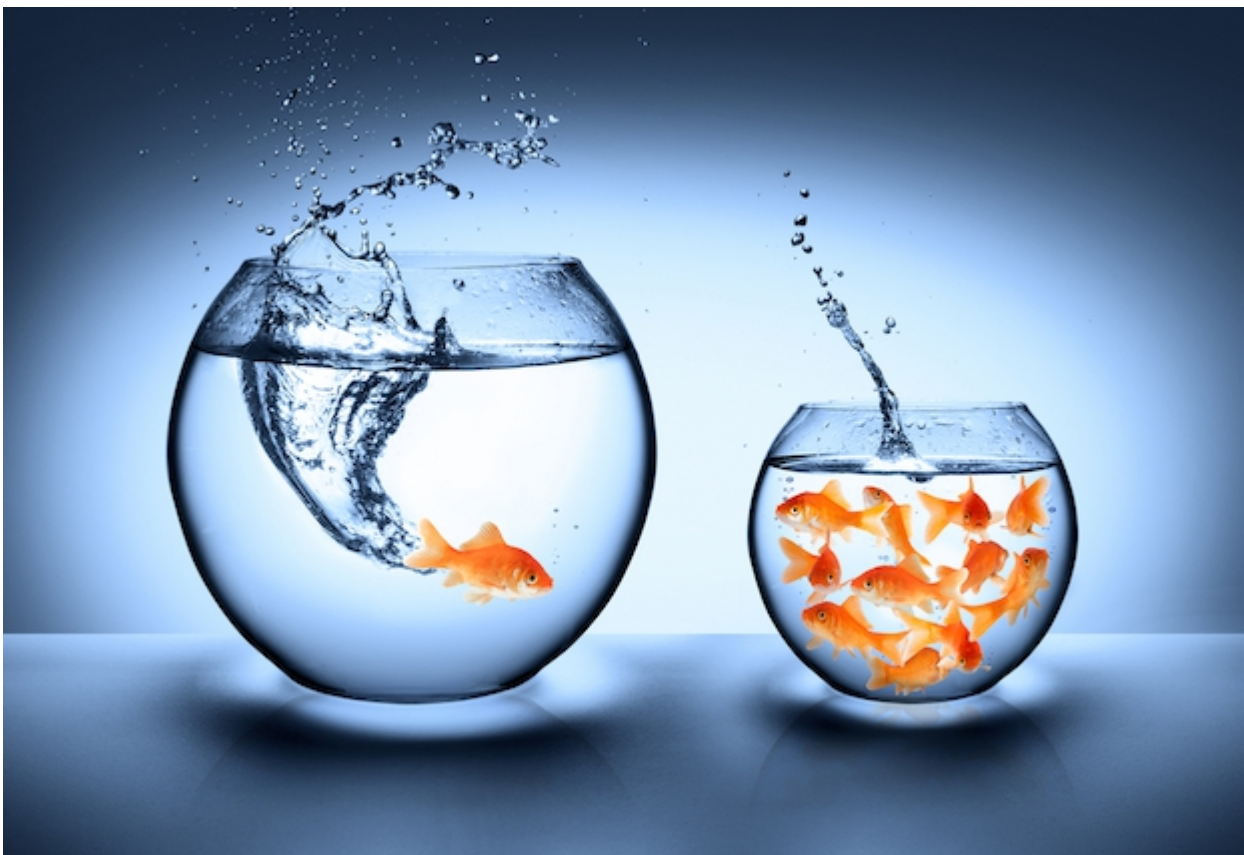
Startup, le mot résonne à tout va. Chaque jour des communiqués de presse annoncent l'émergence d'une nouvelle jeune pousse. Mais que cache réellement ce mot et quelles sont les différences par exemple avec une TPE qui vient de se créer ?

Viser l'hypercroissance

Paul Graham, célèbre investisseur en capital risque britannique, connu pour ses essais sur le sujet, estime qu'une startup est une entreprise conçue dans l'objectif de se développer rapidement. C'est donc selon lui prioritairement la croissance qui définit la startup.

Arnaud Laurent, de XLR Capital - accélérateur implanté à Paris et Montpellier -, partage cette assertion. Selon lui, " *une startup a nécessairement une organisation du travail, des méthodes de vente et d'accès au marché tournées vers l'hypercroissance.* " Là où une TPE vise

10 à 15 % de croissance par an, une startup est plutôt sur du 20 % par mois. L'investisseur va d'ailleurs plus loin, " *dans une startup le ratio ressources humaines/ chiffre d'affaires généré et rapidité de la croissance doit être exponentiel* ". Toujours selon lui, une startup se caractérise par sa capacité à créer de la valeur avec proportionnellement peu de salariés. " *Par exemple, dans une TPE qui marche bien il faut au moins 20 personnes pour espérer arriver à un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros, alors qu'avec la même masse salariale une startup pourra générer un CA beaucoup plus important* ", synthétise Arnaud Laurent.



À lire aussi

Comment gérer l'hypercroissance de sa startup ?

Proposer une innovation

D'autre part, les business trop physiques ou le secteur du service donnent rarement naissance à des startups. Il y est trop difficile d'y générer

rapidement des chiffres d'affaires importants. Paul Graham explique d'ailleurs dans l'un de ses textes que sur les millions d'entreprises créées chaque année, la plupart proposent des services (restaurants, salons de coiffures, plombiers...). Un salon de coiffure n'a - sauf exception - pas vocation à se développer rapidement alors qu'une application mobile oui. Arnaud Laurent rejoint cette idée, pour lui : "*Une startup doit présenter une innovation*".



À lire aussi

#DeepTech : Vers un nouveau modèle d'innovation

Il faut donc être en mesure de pouvoir créer quelque chose qui peut se vendre au plus grand nombre possible dans un délai relativement court. Un critère à double tranchant, en se frottant au plus grand nombre la startup prenant également le risque de rencontrer plus de concurrents. Là ou le salon de coiffure devra "seulement" lutter contre les trois autres présents dans la même rue.

Le faux critère de la jeunesse

Le terme de startup ne caractérise finalement qu'un stade temporaire pour une entreprise. Soit elle échoue et disparaît du paysage, soit elle parvient à s'imposer et passe à l'échelon suivant. On parle alors de scaleup. C'est l'étape d'après. Celle où la jeune pousse change d'échelle, s'étend, lève plus de fonds, se tourne vers l'international...

Ici la date de création de la société n'est pas importante pour caractériser une scaleup, estime Arnaud Laurent. Une PME créée il y a un certain nombre d'années peut tout à fait scaler, c'est à dire multiplier son chiffre d'affaires tout en confortant sa rentabilité. *" Il y a des entreprises qui ont 15 ans, qui ont fait un million de CA par an depuis des années et qui, du jour au lendemain, grâce à une nouvelle stratégie de croissance ou une levée de fonds importante qui leur permet d'accroître leur force de frappe, passent à 15 millions de chiffre d'affaires annuel. Elles deviennent ainsi des scaleup "*, explique l'investisseur.

Même s'il n'existe pas de statistiques officielles à ce sujet, le taux de mortalité élevé des jeunes pousses est un fait. Il s'explique notamment à travers le volet innovation, puisqu'il suffit qu'une nouveauté ne rencontre pas son public, ou que les financements tardent à tomber pour que l'entreprise mette la clé sous la porte. Une dimension bien moindre dans des secteurs plus traditionnels. Les gens auront toujours besoin de se faire couper les cheveux... Reste qu'en France, startup et scaleup illuminent toujours plus les regards que les autres PME et TPE. Jusqu'à quand ?

