

Tendances d'avenir et business de demain Des idées pour les créateurs de 2004



Comment trouver l'idée qui fera fureur ? Quels sont les créneaux d'avenir à investir d'urgence ? Nos intervenants vous disent tout.

À l'occasion du Salon des entrepreneurs, *Défis* a organisé le 30 janvier une conférence-débat sur «les secteurs porteurs pour créer son entreprise en 2004». Cette table ronde a réuni des experts et des créateurs, qui ont livré de nombreuses pistes pour les entrepreneurs du futur. Puis *Défis* a remis son prix, «Créez votre entreprise», à Olivier Bret, dirigeant de la société Tout Petit Monde.

Défis : À la base d'une entreprise en bonne santé, il y a souvent une idée qui répond aux besoins des clients. Cela nécessite d'être à l'affût des tendances. Quels sont donc selon vous les créneaux de demain ?
Pour Sébastien de Diesbach, dirigeant du bureau de style Promostyl

(dont le rôle est de décrypter, pour le compte des entreprises, les tendances de consommation), l'un des grands traits de notre société contemporaine réside dans une recherche accrue de confort : «*En raison du progrès technologique, ce qui nous semblait supportable hier ne l'est plus aujourd'hui*», estime-t-il. Une exigence favorable aux produits et services innovants, susceptibles de faciliter le quotidien. Les services aux particuliers, de plus en plus personnalisés, devraient ainsi connaître un bel essor. «*Le client veut désormais être servi quand il veut et où il veut*», pointe Françoise Savès, expert-comptable, qui a participé à la rédaction du rapport «Les marchés du futur pour les TPE et PME». Fini donc le commerce sans service ajouté, ou même la prestation standardisée.

De gauche à droite

1. **Laurent Edel**
Explorateur de «Nouvelles Mées de business»
2. **Sébastien de Diesbach**
Pdg de Promostyl
3. **Nathalie Detorrie**
Directrice adjointe, Anvar
4. **Jacques Guétrand**
Consultant auprès de Défis
5. **Françoise Savès**
Expert-comptable
6. **Éric Kailon**
Directeur de Camélia
7. **Françoise Rivrol-O'Quin**
Auteur de *Dossiers Idées* (Sié Magazine)
8. **Mathieu Stauff**
Cofondateur de Courrhous

«On peut imaginer toute une gamme de services à destination des actifs, comme le repassage ou encore l'entretien des voitures directement sur le lieu de travail, qui éviteraient au client de se rendre dans une station-service ou au pressing quand il a fini sa journée», poursuit l'expert-comptable. De même, les services à la petite enfance (garde en entreprise, crèche ouverte 24h/24...) devraient se multiplier. «Les marchés de l'enfance et des seniors, jusqu'ici réservés au domaine associatif, sont en train de passer dans la sphère marchande», précise Sébastien de Diesbach. Ce que confirme Françoise Savès : «Il y a des opportunités dans le transport ou la formation aux nouvelles technologies pour personnes âgées.» Une offre «à la carte» dont l'aboutissement pourrait se trouver dans la société Comédia, cette

maison d'édition qui publie des livres... personnalisés ! «Nous partons de données fournies par le commanditaire de l'ouvrage», explique Eric Kalfon, directeur associé.

Défis : Ces services rendent la vie plus facile au consommateur parce qu'ils lui font gagner du temps. La vitesse et la lenteur ne sont-elles donc pas des enjeux à part entière ?

Selon Sébastien de Diesbach, «tout ce qui peut supprimer la lenteur, synonyme de soucis, est appelé à marcher». Françoise Savès rebondit sur cette idée : «Le consommateur ne veut plus perdre de temps à faire ses courses : cela devrait donc profiter aux commerces situés dans des lieux de passages fréquents, comme les gares. Mais cela peut aussi déboucher sur un système qui permettrait aux clients de

ne pas faire la queue à la caisse ; ils se contenteraient de sélectionner un produit dans les rayonnages, qui leur serait ensuite livré.» Au-delà, cette tendance devrait faire le bonheur de la vente à distance, «un marché auquel Internet a donné un indéniable coup de jeune», estime Françoise Revol-O'Quin, auteur de Dossiers Idées (une collection dédiée aux secteurs les plus porteurs pour créer). Après des années difficiles, il serait donc à nouveau prometteur de créer des entreprises en ligne, «à condition de se lancer sur une niche, comme cette société qui vend des boules de pétanque de compétition». Laurent Edel, auteur d'un livre sur les «Nouvelles Idées de business» (voir encadré page suivante), rappelle ainsi que «pour la première année, Amazon, le leader de la vente sur Internet, annonce des bénéfices». ►►►

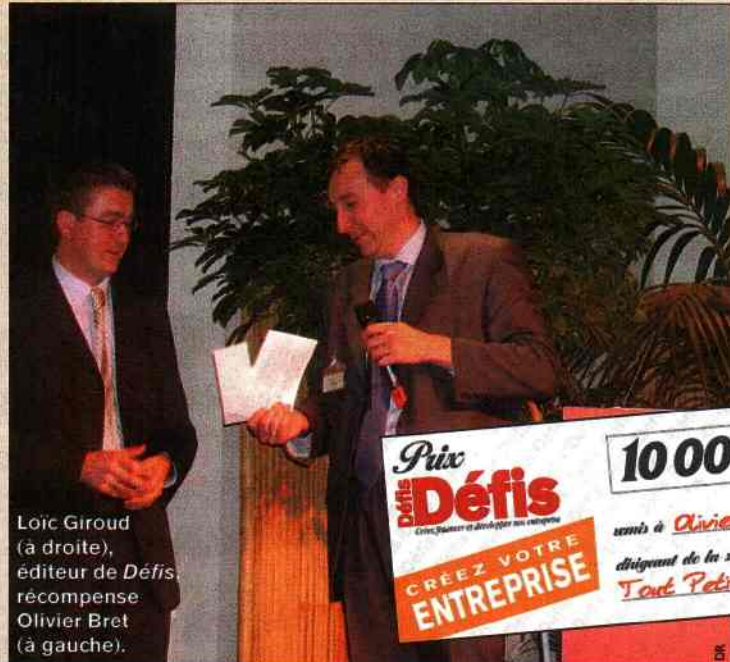
►►► Comédia, qui a déjà vendu 30 000 ouvrages et créé 12 emplois, vend d'ailleurs sur Internet. Autre tendance, le zapping : «*On se lasse de plus en plus vite*», rappelle Sébastien de Diesbach. Cela fait imaginer à Françoise Savès des «*magasins éphémères, qui changeraient sinon leur adresse, du moins leur aspect et leurs produits régulièrement*». Reste que si les consommateurs souhaitent gagner du temps à tout prix, nombreux sont aussi ceux qui cherchent à en perdre. «*Il existe une demande de calme*», explique ainsi Françoise Revol-O'Quin, qui voit là «*un grand potentiel de développement pour les chambres d'hôtes ou les hôtels de charme*». Autrefois réservées aux agriculteurs qui en tiraient des revenus complémentaires, ces activités attirent désormais de véritables créateurs, prêts à s'exiler des villes pour monter leur affaire à la campagne.

Défis : Ce paradoxe apparent entre la vitesse et la lenteur ne semble pas être le seul. Si la société est de plus en plus individualiste, on assiste aussi au succès des tribus et des «communautés»...

«*L'homme moderne est souvent seul, remarque Sébastien de Diesbach. Il faut donc lui proposer des solutions pour rompre cette solitude.*» D'où le succès des jeux et autres offres ludiques. Comédia a ainsi «*vocation à combattre l'ennui*», estime Eric Kalfon. Autre possibilité d'avenir : développer des initiatives permettant de «*recréer du lien*». Laurent Edel prend ainsi l'exemple de cette structure chinoise, qui mêle orphelins et personnes âgées dans le même hospice : «*Les uns retrouvent des ascendants, les autres des descendants*», pointe le chasseur d'idées. Cette volonté de rassemblement est aussi l'objet de la société CpourNous. Matthieu Stauff, cofondateur de cette agence de voyages pour célibataires, entend «*proposer aux clients d'élargir leur cercle d'amis*». «*Nous leur permettons de choisir leur voyage en fonction d'un thème précis – détente, culture, sport – et donc de se retrouver en compagnie de gens dont ils sont sûrs de partager les affinités*», reprend le jeune créateur.

Défis : Nous parlions plus haut de confort et de calme. Ces notions ne

10 000 euros offerts par Défis



Loïc Giroud (à droite), éditeur de Défis récompense Olivier Bret (à gauche).

Le prix Défis «*Créez votre entreprise*», qui récompense un projet de création original, a été remis à Olivier Bret, jeune dirigeant de la société Tout Petit Monde. Entreprise spécialisée dans la garde d'enfants, Tout Petit Monde offre la particularité de proposer des gardes à domicile aussi bien qu'en centres. Elle s'apprête d'ailleurs à ouvrir un premier site à Boulogne-Billancourt.

sont-elles pas à rapprocher d'une aspiration à la sécurité ?

Nathalie Delorme, de l'Anvar, voit dans cette tendance un marché porteur, «*dans plusieurs secteurs : la sécurité informatique (chasse aux virus, logiciels de protection), la sécurité du logement (systèmes de sécurité) ou encore l'alimentaire (traçabilité, «aliments»)*». Laurent Edel considère lui aussi que ce dernier marché a de beaux jours devant lui. Pour preuve, il cite en exemple un créateur canadien qui a fait fortune en mettant sur l'ensemble du marché nord américain des saucisses au... soja ! Une tendance que Sébastien de Diesbach rapproche d'une autre problématique en vogue : le développement durable. «*Plusieurs petites entreprises se sont récemment lancées sur ce créneau*», indique-t-il, avant que Nathalie Delorme ne donne l'exemple d'une jeune société qui revalorise les déchets de pneumatiques pour les recycler dans le revêtement de routes. ■

Stéphane Régy

• Livre. Le tour du monde des nouvelles tendances

• Accompagné de sa femme, Chine Lanzmann, et de leur bébé, Edmond, Laurent Edel a sillonné la planète sept mois durant à la recherche de «*Nouvelles Idées de business (NIB)*» pouvant inspirer les créateurs d'entreprise. Elles sont regroupées dans le livre *Le monde est à nous*. Laurent Edel est par ailleurs le créateur du site www.goodfutur.com.



Le monde est à nous

L. Edel et C. Lanzmann, Éditions J.C. Lattès, 18 euros.