



Photo : Crédit Megret&Co

Alain Bosetti, créateur du salon des micro-entreprises

Le Palais des Congrès de Paris accueille chaque année le Salon des micro-entreprises. Un lieu de rencontre, de validation, de confrontation pour les dirigeants et porteurs de projet, mais aussi un creuset de nouvelles idées et une occasion de formation gratuite dans de nombreux domaines. Rencontre avec Alain BOSETTI, le président et créateur de ce salon.

Pourquoi un salon dédié aux petites entreprises ?

Nous avons créé ce salon en 1999 pour aider les dirigeants de TPE à se créer et à se développer. Aujourd'hui les TPE ou micro-entreprises représentent 95 % des entreprises françaises. La France manque d'entreprises de taille intermédiaire (ETI). Or pour qu'il y ait beaucoup d'ETI, il faut qu'il y ait beaucoup de TPE, puis de PME. Sur la pyramide, nous sommes là pour faciliter la plantation d'un maximum de petites graines, dont certaines vont devenir des PME et parmi elles, des ETI. Nos visiteurs sont des porteurs de projet qui souhaitent prendre leur destin professionnel en main ou des dirigeants d'entreprise de moins de 20 salariés.

Nous sommes à leur écoute et nous tentons de répondre à leurs questions. Nous avons environ 200 exposants et plus de 500 experts. Nos conférences permettent d'apporter, à chaque question, qu'elle soit commerciale, financière,

marketing, numérique, juridique, fiscale, les meilleures réponses possibles pour créer, gérer, développer son affaire.

Sentez-vous des évolutions dans les démarches de vos visiteurs ?

Nous accueillons entre 22 000 et 25 000 visiteurs par an. Nous constatons qu'ils viennent avec des questions de plus en plus pointues et précises.

Ils ont vraiment travaillé leur projet en amont et souhaitent le valider... mais ils viennent aussi chercher de nouvelles idées. Par ailleurs nous remarquons que le digital est complètement entré dans leur vie d'entrepreneur. Le souci de ces nouveaux créateurs d'entreprise est de savoir comment gérer leur présence sur les réseaux sociaux ou sur Internet et quelles solutions mettre en place pour transformer sur leurs sites les prospects en clients. Enfin, nous faisons deux constats : le léger rajeunissement des porteurs de



Photo : DR

projets, et la présence de plus en plus forte des femmes. Alors qu'en France 70 % des créations d'entreprise sont effectuées par des hommes et 30 % par des femmes, nous enregistrons parmi nos visiteurs réellement investis dans de tels projets, 55 % d'hommes et 45 % de femmes. On sent que les femmes commencent à se décomplexer par rapport à la création d'entreprise.

Vous êtes devenu une sorte d'observatoire, en temps réel, de l'entrepreneuriat...

Nous voyons concrètement les questions que se posent les entrepreneurs et y apportons les réponses. Au fil du temps les conférences sont de plus en plus nombreuses mais aussi de plus en plus pointues. Les visiteurs viennent chercher des réponses spécifiques et rapides. Par exemple "comment trouver des clients avec 100 € sur Facebook", "je suis auto-entrepreneur comment constituer ma retraite ?", "comment financer l'achat de la nouvelle machine dont j'ai besoin ?".

Comment est née l'idée de ce salon ?

En 1998, certains des clients de notre agence de communication travaillaient sur ce secteur de la très petite entreprise. J'étais également conseiller auprès de la rédaction du magazine "l'Entreprise en solo". De par ces activités, j'étais proche d'entrepreneurs qui me confiaient leur isolement, les problèmes pour trouver des financements ou des clients, choisir le bon régime fiscal etc.

Donc, pour moi les besoins des entreprises étaient assez évidents. Et un jour, je me suis réveillé à 5 heures du matin en me disant "c'est fou, sur tous les marchés, il y a des syndicats professionnels, des magazines professionnels, des salons professionnels, et là, pour les 0 à 20 salariés, il n'existe aucun événement référent". J'ai pris un cahier de brouillon de mon fils et j'ai écrit d'une traite les fondamentaux du salon. À 7 heures, j'ai appelé un de mes associés actuels, Serge Eberhardt, pour lui proposer de créer cet événement. Il a immédiatement été partant, et nous nous sommes attachés à aller chercher des exposants, des partenaires ou des intervenants qui pouvaient répondre à toutes ces questions. Moins d'un an après le salon sortait de terre !

Est-ce que le profil des entrepreneurs a changé depuis la création du salon ?

Certainement. Les nouveaux profils proviennent d'évolutions des statuts et de l'émergence de nouveaux héros de l'entrepreneuriat.

Par exemple, le régime de l'auto-entrepreneur a généré de nouveaux créateurs en les décomplexant et en simplifiant les formalités. De même, aujourd'hui on voit les jeunes rêver de créer des start-up, de lever des fonds. Souvent ils détectent des problèmes de la vie quotidienne et créent la solution.

Ils ne sont pas à l'aise dans le management traditionnel, mais le digital qui permet d'aller vite les enchante. Ils rêvent de devenir le Facebook ou le Google de demain.

On dit que les jeunes créateurs ne restent pas en France...

La France est un bon tremplin pour créer son entreprise, mais après pour se développer c'est plus compliqué. À la fois pour des raisons de taille de marché que de fiscalité. Alors il y a le rêve Américain ou londonien. Ce qui est difficile en France, c'est le passage de la structure de 10 à 15 personnes à celles de 100 à 150 personnes. Cela ne se décrète pas...

Vous avez monté des projets, avec Wikane pour accompagner l'évolution du salon, de quoi s'agit-il ?

Nous souhaitons aider les entrepreneurs ambitieux à grandir. Mais notre métier est de faire des salons, pas d'accompagner les entreprises. Nous avons donc proposé à Wikane de devenir notre partenaire-expert pour ces entrepreneurs ambitieux pendant et hors salon. L'idée est de les aider à faire le check-up de leur entreprise en 10 ou 20 questions. Un peu comme Speedy ou Midas font les contrôles pour les voitures. On peut ainsi détecter des failles et des opportunités qui ne sont pas évidentes autrement. Ces check-up seront à la fois collectifs et individuels. Collectifs à travers des conférences de différents experts sur différents métiers, et individuels pour ceux qui souhaitent avoir un entretien direct avec ces experts. C'est une idée de partenariat solide qui va s'ancrer dans la durée. ■

Le Salon des micro-entreprises a été créé en 1999 par quatre associés :

**Alain Bosetti, Président ;
Serge Eberhardt, directeur associé ;
Marie-Pierre Doré directrice générale ;
Mark Lahore, directeur associé.**

L'équipe compte une quinzaine de salariés en CDI.

