



Oualid Ben Salem,  
photographe



Stéphanie Pelaprat,  
logiciel de réservation  
pour restaurant



Sophie Flinois  
Hagenbach,  
maison d'hôtes



Marc Gesbert, formation  
à un nouveau métier

► à sortir du lot en répondant parfaitement au besoin du client, en le sécurisant. » On peut se distinguer même sur un métier très traditionnel. Dans sa boutique Parici, l'opticienne Parissima Esmailzadeh, elle, vend des lunettes en bois, en corne, en vinyle... : le succès est au rendez-vous.

#### 4. REPÉRER LES BESOINS INSATISFAITS

« A une époque où je me lassais de mon job, je regardais tous les matins avec envie des jardiniers travailler dans un parc, raconte Marc Gesbert. Je me suis dit que cela serait super s'il existait un système me permettant de tester le métier de jardinier pendant quelques jours. » L'idée de Viamétiers était née. Cédric Neuville, aujourd'hui PDG de Jericoa, qui commercialise le logiciel iVault, a lui aussi trouvé la sienne à partir d'un manque personnel : « Je n'avais jamais sur moi toutes les cartes de fidélité, les identifiants et mots de passe qu'on nous demande sur internet. J'ai créé une application iPhone permettant de stocker toutes ces petites données personnelles de manière très sécurisée. » En concevant son curriculum vitae pour sa recherche d'emploi, Ludovic Simon a, quant à lui, fait sensation auprès des recruteurs et de ses amis. « A l'époque, les gens avaient le choix entre Word ou des services de CV

▲ ELLE A IMPORTÉ

UN CONCEPT D'OUTRE-ATLANTIQUE

en ligne très rigides, avec très peu de fonctionnalités », explique-t-il. Aujourd'hui, sa plate-forme DoYouBuzz offre la possibilité de se créer en quelques minutes un CV nouvelle génération qui s'apparente à un site web.

#### 5. RENIFLER L'AIR DU LARGE

Les idées de business fonctionnant hors de nos frontières sont une formidable source d'inspiration. « J'ai vécu trois ans à New York et pris plaisir à fréquenter les *salad bars*, ces lieux de restauration où le client peut composer sa salade à partir de multiples ingrédients, raconte Vanessa Journo. De retour à Paris,

j'ai lancé mon bar à salades *cashier*. » C'est aussi d'une expérience outre-Atlantique que Stéphanie Pelapat a rapporté son idée de site de réservation de restaurant en ligne, Restopolitan.com. « Il n'existait rien de semblable en France et je me suis dit que ce service serait intéressant, tant du côté des internautes, qui pouvaient tout réserver sur internet (des spectacles, leurs billets d'avion...), sauf un restaurant, que des restaurateurs, qui auraient ainsi un cahier de réservation électronique leur permettant de qualifier leur clientèle à des fins de fidélisation. »

#### 6. PARTIR À LA CHASSE... AU BREVET

Combien d'innovations dorment dans les laboratoires sans jamais être exploitées commercialement ? Une bonne idée peut être d'aller chercher cette technologie pour en faire quelque chose. « J'ai trouvé un brevet à exploiter auprès d'un centre de technologie, explique Fabrice Plasson, PDG de Green Biocide, une société qui développe une solution innovante attaquant la cause directe de la légionellose. Mais c'est le genre de projet qui prend du temps à se mettre en place, souvent plusieurs années. Il faut donc avoir les reins solides pour vivre pendant tout ce temps sans revenus tirés de l'activité. » ■ M.R. ►►



Stéphanie Pelapat

PHOTO : JENNIFER POISSONNIERE



Marc Gesbert

► IL A CRÉÉ UN SERVICE DONT IL AURAIT AIMÉ PROFITER

STÉPHANIE PELAPRAT &gt; RESTOPOLITAN

## S'ENTOURER POUR OPTIMISER SES CHANCES DE RÉUSSITE

Lors d'un stage à New York, elle expérimente, en tant que consommatrice, des sites internet où l'on peut réserver son restaurant en ligne et importe le concept en France.

**J'**ai tout de suite baptisé mon idée de réservation de restaurant en ligne pour qu'elle devienne un projet palpable. Le nom "Restopolitan" était libre et avait un vrai potentiel de marque. » Le top départ est alors lancé pour Stéphanie Pelaprat. Mais, à 22 ans, la jeune femme a une confiance en soi très relative. « J'ai tout naturellement présenté des concours à la création d'entreprise, comme Cré'ACC ou Défi jeunes, pour trouver des cautionnements extérieurs », explique-t-elle. La jeune créatrice, qui sera lauréate, n'a jamais fait de business plan. Peu importe ! Elle devient, et en plaisante encore aujourd'hui, « une adepte des bouquins du type "business plan pour les nuls" ».

L'étude de marché confirme que le projet a un potentiel en B to C (en direction des particuliers) et en B to B, les restaurateurs étant vraiment à la recherche d'outils pour qualifier leur clientèle, ce que ne permet pas le classique carnet de réservation papier. Pour développer son logiciel de réservation (vendu aux restaurateurs) et son site internet, Stéphanie Pelaprat s'associe à deux informaticiens de son entourage. Six mois passent à démarcher des établissements, à inventer aussi un algorithme qui permette de valider les disponibilités en temps réel, prouesse technique qui vaudra d'ailleurs à Restopolitan un crédit impôt recherche (CIR) de 70 000 euros. « Début 2007, nous avons présenté Paris Entreprendre et avons été lauréats,

ce qui nous a apporté, en plus du parrainage d'un chef d'entreprise, un prêt d'honneur de 35 000 euros. » Cette somme s'ajoutera aux 37 000 euros de fonds personnels et de *love money*, aux 10 000 euros de Cré'ACC et Défi jeunes, aux 70 000 euros prêtés par la banque (avec une garantie Oséo) et aux 400 000 euros de fonds Tepas pour la R&D sous forme de deux levées de

**« J'ai présenté des concours pour valider mon business plan et trouver des financements »**

fonds. Un projet financièrement ambitieux, donc, et des premiers clients prestigieux, comme le George-V. Côté locaux, ce n'est pas la folie des grandeurs pour autant. « Nous étions installés à Saint-Germain-des-Prés, certes, mais avec en tout et pour tout 8 m<sup>2</sup> pour moi et trois stagiaires ! » L'entreprise déménagera quelques mois plus tard dans des locaux plus confortables. L'équipe s'étoffera aussi. La priorité a été l'embauche d'un commercial. Aujourd'hui, elle compte sept personnes. Démarrage oblige, les salaires sont modestes, mais tout le monde est en

CDI. Comme dans beaucoup de jeunes sociétés, le business model a évolué. Il a été décidé, par exemple, de proposer la technologie de Restopolitan à d'autres sites, en cobranding ou en marque blanche.

« Nous avons aussi dû faire preuve de créativité pour éviter les problèmes de trésorerie, explique Stéphanie Pelaprat. Se définir comme un site de réservation en ligne n'était plus suffisant. Grâce à un brainstorming de crise, nous avons choisi d'élargir nos canaux de distribution. C'est ainsi que nous avons ajouté à notre activité Restoprive.com, un site de vente privée de menus pour tables d'exception. » Pour la dirigeante, le plus difficile reste de prendre du recul sur sa stratégie. Tout comme de gérer ses émotions au quotidien : « On passe sans cesse d'une bonne à une mauvaise nouvelle et ce n'est pas forcément inné de savoir garder moralement une certaine constance ! » ■ M. R.

### Elle a choisi > LA SAS

■ Stéphanie Pelaprat a opté pour la SAS pour pouvoir rédiger librement les statuts de la société sans avoir à multiplier les pactes d'actionnaires. Elle présumait aussi qu'elle allait avoir besoin, dans le futur, de faire entrer au capital des investisseurs extérieurs. La souplesse de la SAS est appréciable sur ce point.

