

# Les start-up fleurissent aussi dans les quartiers difficiles

Développement économique 11 octobre 2018

**Si l'entrepreneuriat est vivace dans les quartiers, la pérennité des entreprises y reste plus faible que la moyenne. Un challenge pour les acteurs locaux et les pouvoirs publics.**

S'ils sont surtout connus pour leur taux de chômage élevé et leurs difficultés sociales, les quartiers sensibles du Grand Paris voient également grandir de nombreux jeunes à la forte volonté entrepreneuriale. Une personne sur quatre issue des quartiers souhaite créer son entreprise, assure ainsi une étude réalisée par l'Adie en 2017.



Florence Bion, créatrice de la Vinotèque de Saint-Denis, hébergée par la pépinière de La Courneuve, opérée par la Miel. © Alcin Porcherel

Et, de fait, la Seine-Saint-Denis affiche un taux de création d'entreprises d'environ 18 %, contre quelque 14 % pour Paris et 12 % en moyenne nationale ! « Les raisons sont multiples – chômage, plafond de verre, etc. Mais le trait dominant de tous ces créateurs est leur farouche désir d'indépendance », témoigne Sylvie Saget, qui dirige depuis dix ans la Miel (Maison de l'initiative économique locale), chargée d'accompagner les créateurs de Plaine Commune. D'ailleurs, l'incubateur de La Courneuve, géré par la Miel, affiche quasiment toujours complet, "et ce, malgré la multiplication des incubateurs géants parisiens, comme Station F ou le Cargo", poursuit Sylvie Saget.

## Accompagnement : un fourmillement d'initiatives

Revers de la médaille : à trop défendre leur indépendance, ces créateurs se lancent souvent sans accompagnement. Et se heurtent plus souvent que d'autres à l'échec. En Seine-Saint-Denis, seulement 42 % des entreprises sont encore en activité cinq années après leur création, contre 60 % en moyenne nationale. Celles qui passent ce cap, en revanche, se montrent tout aussi solides que les autres. Et dès qu'ils sont accompagnés, les créateurs de banlieue voient leur taux de pérennité gagner une bonne quinzaine de points !



Wend-Kuuni Boncougou, 28 ans, fondatrice de Maison Dassam, boutique en ligne de produits artisanaux africains, accompagnée par Positive planet France.

Les acteurs de la création d'entreprise ont donc dû innover. La Caisse des dépôts a créé le réseau CitésLab, qui aide à faire émerger les idées et à les transformer en projets. Jacques Attali a rassemblé, dès 2007, des investisseurs pour lancer FinanCités, une société de capital-risque solidaire dédiée au financement de très petites entreprises des quartiers.

Aujourd'hui rebaptisée Positive planet France, elle se concentre désormais sur l'accompagnement : "nos antennes sont toujours implantées dans des quartiers politique de la ville. En Ile-de-France, nous en comptons 15", explique Géraldine Plenier, sa directrice. Ici, chaque créateur est suivi – gratuitement – par un chargé d'accompagnement unique pendant en moyenne six mois : le temps de passer au crible le business plan, les éléments commerciaux et marketing, de choisir le statut juridique.

### « Impossible n'est pas banlieue »

Les grands réseaux d'accompagnement s'y sont également mis : l'Adie, France Initiative (qui accompagne et consent des prêts d'honneur garantis par Bpifrance), ou encore le réseau Entreprendre (où des chefs d'entreprises aident les créateurs de PME). L'Adie a ainsi lancé, il y a une dizaine d'années, le programme Créajeunes (devenu "Je deviens entrepreneur"), notamment à Saint-Denis.

Les associations locales se sont également multipliées ces dernières années, telle Startup banlieue, au slogan évocateur : "Impossible n'est pas banlieue". En septembre 2017, elle a organisé un concours de start-upers des quartiers dans l'enceinte du Stade de France, le gagnant étant incubé à Station F. Même les Suédois se sont invités dans les banlieues du Grand Paris : ils sont à l'origine du programme d'incubation Time2Start, basé à Montreuil.

### Référencement et croissance : deux phases critiques

Mais si de nombreuses fées se penchent désormais sur les entrepreneurs des quartiers, quelques points critiques demeurent. Il reste notamment difficile de convaincre les grandes entreprises d'ouvrir la porte de leurs achats aux TPE de banlieue. Et il n'est pas toujours facile, pour un entrepreneur en phase de croissance, de trouver des investisseurs volontaires (*voir encadré*).

Deux dossiers sur lesquels se penche Bpifrance : à partir du 1er janvier 2019, la banque publique d'investissement reprendra en effet la compétence de l'AFE (Agence France entrepreneurs) et sera donc chargée "de coordonner l'entrepreneuriat dans les quartiers". Aucun fonds spécifique d'investissements ne devrait être constitué. En revanche, Bpifrance pourrait déployer dans les banlieues des accélérateurs d'entreprises, comme elle le fait depuis quelques années pour doper la croissance des TPE et PME.

### La Miel, 20 ans d'accompagnement à l'entrepreneuriat

En 1998, Saint-Denis célèbre son tout nouveau grand stade, aux abords duquel viendront bientôt s'installer certains des plus grands noms du monde des affaires. La même année, les maires de Stains, La Courneuve, Aubervilliers et Saint-Denis créent la Miel, pour Maison de l'initiative économique locale. Leur idée ? "Favoriser le développement économique local, parallèlement à la croissance externe apportée par l'arrivée des grandes entreprises", raconte Sylvie Saget, directrice depuis dix ans.

La Miel est ensuite devenue l'outil de tout Plaine Commune, désormais territoire du Grand Paris. Mais elle reste une structure très atypique. "A ma connaissance, nous sommes le seul outil d'accompagnement à l'entrepreneuriat piloté par une collectivité locale", estime Sylvie Saget. Aujourd'hui, elle compte dix personnes. Trois sont chargées de l'animation de la pépinière de La Courneuve, créée en 2005 et qui accueille près de 25 entreprises. Les autres œuvrent directement à la Miel, désormais installée en plein centre-ville à Saint-Denis. "Nous recevons environ 400 porteurs de projet par an, ainsi que quelque 200 TPE déjà existantes."

Au programme : une écoute active, des permanences de spécialistes (avocats, comptables, etc.), des conférences, et des formations. "Nous misons sur la montée en compétence des créateurs : même si leur premier projet échoue, ils sauront rebondir. A l'inverse, le meilleur projet piloté par un créateur mal préparé ne réussira pas !". En moyenne, l'accompagnement dure sept mois et s'est soldé, en 2017, par la création de 92 TPE. Trois ans après leur création, plus de deux sur trois, voire certaines années trois sur quatre, sont toujours vivantes. Contre une sur deux en moyenne dans le département !

## L'achat "made in banlieue", un réflexe encore rare

Hoops Factory, financée par Impact partenaires, construit des salles de basket indoors dans des quartiers. © DR

Toutes les TPE le savent : intégrer le programme d'achat d'une grande entreprise n'est pas simple. La tâche est, souvent, encore plus délicate pour les TPE de banlieue : elles manquent fréquemment d'un réseau adéquat. Pour les aider, Majid El Jarroudi a créé, il y a dix ans, l'Adiva (Agence pour la diversité entrepreneuriale). Son objectif ? Faciliter la mise en relation entre entrepreneurs de banlieue et grands comptes. Organisation de forums de rencontre, de missions dédiées pour certains grands groupes (tels que le Crédit agricole)... l'Adiva a testé plusieurs méthodes. Tout comme le fonds d'investissement Impact partenaires, qui a organisé une "tournée des achats impactants" en 2018, ou encore la Miel, qui a créé un groupe d'acheteurs de grandes entreprises implantées sur Plaine Commune. "Ces rencontres débouchent dans 20 % des cas sur des opportunités d'affaires, témoigne Majid El Jarroudi, mais elles engendrent rarement un changement systémique des pratiques d'achat. » Un constat partagé par Sylvie Saget : "les très grandes entreprises sont contraintes par tant de processus compliqués qu'il leur est parfois difficile de faire une place aux TPE des quartiers". Nommé au printemps 2018 au sein du tout nouveau conseil présidentiel des villes, Majid El Jarroudi aimerait y créer un baromètre de l'achat dans les quartiers.

### Financer sa croissance

"Love money", micro-crédit, prêts d'honneur : les créateurs de banlieue trouvent, généralement, des financements suffisants pour créer leur entreprise. Financer sa croissance reste plus délicat. Les raisons ne sont pas toujours, du reste, spécifiques aux banlieues : "souvent, les business angels préfèrent les start-up au très fort potentiel de croissance et apprécient moins les entreprises plus traditionnelles, même si elles affichent de belles performances. Et surtout si elles reposent sur un modèle industriel, qui attire peu les investisseurs", témoigne Sylvie Saget.

Mathieu Cornieti, président de Business angels des cités. © DR

Yacine Kara, fondateur d'Ecolotrans, entreprise spécialisée dans la logistique propre (véhicules roulant au gaz naturel ou à l'électricité) qui avait été financée par Impact partenaires, qui l'a cédée.. © JGP

Au tournant des années 2005-2010, plusieurs fonds dédiés aux banlieues se sont constitués. Mais plusieurs ont changé leur fusil d'épaule. Tel Impact partenaires, qui a pris la suite de Business angels des cités, un fonds d'investissement initialement créé par l'entrepreneur Aziz Senni. "Nous pratiquons encore le financement sur mesure d'entreprises en croissance implantées dans les banlieues, mais nous nous orientons de plus en plus vers l'aide à l'implantation d'enseignes franchisées dans les quartiers : l'aide apportée par la chaîne minimise les risques de sinistralité, l'opération permet la création d'emplois, et contribue à l'animation des lieux", explique Mathieu Cornieti, son président. Pour ce faire, le fonds a noué des partenariats avec une trentaine d'enseignes, et accompagne les créateurs souhaitant ouvrir des franchises dans les quartiers prioritaires.

Positive planet France (ex-Financités) a de son côté choisi de se concentrer uniquement sur l'accompagnement, et non le financement. Quant au fonds Citizen capital, créé par Laurence Méhaignerie, il se concentre sur les entrepreneurs à impact social, mais pas spécifiquement dans les quartiers prioritaires.

**Le 15 octobre 2018, la Région a organisé « Construisons le social business »**

Promouvoir la coopération entre le monde des entreprises traditionnelles et celui de

l'économie sociale et solidaire : tel était l'objet de l'événement baptisé  
"Construisons le social business", organisé par la Région le 15 octobre dernier à la  
Cité universitaire. Une initiative qui pourrait, par ricochet, profiter aux TPE des  
banlieues.