

Les ressorts du parrainage

Une relation gratifiante, utile à l'autre et enrichissante pour soi, valorisant sa propre expérience, ouvrant de nouveaux horizons relationnels et permettant de rester en prise directe avec la vie économique : voilà de bonnes raisons de parrainer des créateurs d'entreprise au sein du réseau Initiative. Avec 4 700 parrains mobilisés et 8 500 parrainages en 2011, ce réseau est le premier acteur du parrainage. Pourtant, la mobilisation de chefs d'entreprise, de cadres dirigeants ou de jeunes seniors doit encore être accrue pour permettre à davantage de créateurs d'en bénéficier. Initiative France a beaucoup communiqué sur la valeur ajoutée du parrainage pour le nouvel entrepreneur. Beaucoup moins sur ce que cette relation apporte aux parrains eux-mêmes. Tous, pourtant, le reconnaissent : un parrain reçoit autant qu'il donne. Encore faut-il le partager avec d'autres. C'est le sens de la 5^e édition de la Semaine Initiative, qui se tient du 12 au 16 novembre dans toute la France. Pour appuyer sa communication, Initiative France reçoit le soutien du groupe d'expertise-comptable In Extenso et de la Société Générale, qui diffuse à grande échelle à ses clients professionnels une invitation à devenir parrain. À contre-courant de la morosité ambiante, ce sont de bons ressorts pour agrandir le cercle des parrains qui aident bénévolement des créateurs moins expérimentés à réussir, à se développer et à créer de l'emploi.

PARTENARIAT

BNP Paribas soutient l'innovation

Le soutien de BNP Paribas permettra au réseau d'intensifier son appui aux entrepreneurs innovants.

Le 3 septembre, la banque BNP Paribas, via sa fondation, a renforcé son partenariat avec Initiative France, auquel elle apporte 200 000 € pour le soutien à l'innovation. L'accord a été signé par Michel Pébereau, président de la fondation BNP Paribas et Louis Schweitzer, président d'Initiative France, en présence notamment de François Villeroy de Galhau, directeur général adjoint du groupe BNP Paribas, Marie-Claire Capobianco, responsable de la banque de détail en France de BNP Paribas, ainsi que des présidents et directeurs des six plateformes Initiative spécialisées dans l'innovation. Ce soutien de taille permettra d'accroître l'effort d'Initiative France en faveur des entrepreneurs innovants.



Michel Pébereau, entre Louis Schweitzer et Marie-Claire Capobianco.

Les deux présidents se sont félicités de cet accord.

L'action conjointe entre une banque et un réseau d'appui à la création et au développement des entreprises représente la bonne voie pour recréer une dynamique économique, a estimé Michel Pébereau. Louis Schweitzer a pour sa part salué le choix de BNP de soutenir Initiative France et rappelé que l'organisation travaille depuis ses débuts avec les banques, afin d'aider les entrepreneurs à accéder à leurs prêts. L'innovation fait partie des axes stratégiques d'Initiative France : en 2011, 428 créations innovantes ont été financées par 89 des plateformes du réseau, réparties dans 20 régions différentes. Parmi ces projets, 171 ont été financés et accompagnés par les plateformes spécialisées.

L'accord comporte un volet financier et repose également sur l'intégration de collaborateurs de la banque au sein des comités d'agrément des plateformes, afin de rendre possible un partage d'expérience et de savoir-faire. Les plateformes Initiative dédiées à l'accompagnement et au financement d'entreprises innovantes et donc concernées au premier chef par l'accord sont au nombre de six : Scientipôle Initiative (Ile-de-France), Créalia (Languedoc-Roussillon), LMI Innovation (Nord-Pas-de-Calais), PARI (Auvergne), Aquitaine Amorçage et la plateforme nationale Initiative Grandes Écoles & Universités, spécialisée dans les projets issus des incubateurs Mines-Télécom. Elles seront amenées à développer leurs liens avec les nouvelles structures que sont les Maisons des Entrepreneurs, qui centralisent la prise en charge de la clientèle PME de BNP Paribas. Une première prise de contact a eu lieu à l'issue de la signature de l'accord.

A.-A. A.

INITIATIVE NORD-PAS DE CALAIS

Des repreneurs d'exception récompensés

Le palmarès du concours régional « les Victoires de l'Initiative ».



Les six lauréats des Victoires posent avec leurs trophées dessinés par Lara Hiblot, de l'ESAAT, école de design de Roubaix.

La diversité des hommes et des femmes récompensés par les Victoires de l'Initiative reflète celle des reprises d'entreprises en France, qui touchent tous les secteurs et domaines d'activités. Les six trophées ont mis à l'honneur des entrepreneurs du Nord-Pas de Calais ayant profité de l'aide financière et de l'accompagnement d'une plateforme Initiative de la région afin de mener leur entreprise vers le succès.

La Victoire au féminin a été attribuée à Marina Touier, qui a repris l'entreprise de transport de son père avec l'aide de Flandre Intérieure Initiative. Elle a su s'imposer dans cet univers très masculin et dans un secteur fortement réglementé. Les époux Régnier ont pour leur part reçu la Victoire en duo pour leur restaurant L'Îlot Vert à Boulogne. Ils ont acquis cet établissement après en avoir été locataires: une approche prudente qui fera sans doute des émules. Charlotte Maubert, quant à elle, a été récompensée par la Victoire jeune repreneur pour la reprise d'une boutique-atelier lilloise d'abat-jour, vieille de 75 ans, avec le soutien d'Initiative Cle. Le trophée écocitoyen a été décerné à Sébastien Delalleau pour son entreprise de valorisation des déchets, reprise grâce à Artois Initiative. Il supervise déjà une équipe de 28 salariés. Pour finir, c'est Jean-François Toubeaux qui a reçu le prix coup de cœur du concours, pour une entreprise de construction qu'il a reprise avec le coup de pouce de Flandre Intérieure Initiative. Un rêve rendu possible quelques mois seulement après un licenciement économique.

Les Victoires ont été remises par le président d'Initiative Nord-Pas de Calais, Alain Mahieu. Le but de ce concours est de valoriser le savoir-faire et les territoires sur lesquels les lauréats entreprennent. Il a également comme objectif de démontrer l'enjeu fondamental qu'est la reprise d'entreprises pour le tissu économique français. Comme preuve de l'efficacité de ce message, en 2012 le concours a attiré 130 dossiers, en hausse par rapport à 2011. Pour la coordination régionale des plateformes, cette cérémonie était aussi l'occasion de dévoiler leur nouvelle identité.

Initiative France exporte son modèle

Le think tank français Convergences 2015 a organisé un Forum du même nom du 19 au 21 septembre à Paris, invitant plus de 3000 experts à réfléchir sur des solutions innovantes de développement durable et de lutte contre la pauvreté en Europe et dans le monde. Le président d'Initiative France, Louis Schweitzer, s'est exprimé sur la diffusion des modèles d'appui à l'entrepreneuriat aux côtés de Christian Sautter, président de France Active, et de Essma Ben Hamida d'Enda inter-arabe, organisation de micro-crédit tunisienne. Défendant le modèle de prêts à taux zéro d'Initiative France, il a rappelé la prudence avec laquelle il est exporté: «Avoir un modèle est pratique, mais il serait faux de penser qu'il puisse servir dans toutes les situations.» Il a également rappelé que le réseau est déjà présent en Tunisie, au Maroc et au Burkina Faso, où les effets bénéfiques de cette approche se font déjà sentir pour les entrepreneurs locaux.

UN NOUVEAU SITE



Une nouvelle marque, une nouvelle Lettre et aujourd'hui un nouveau site internet, tous construits autour du mot « Initiative ». Le nouveau site est plus ergonomique,

plus moderne, et entre résolument dans cette nouvelle ère graphique, en mettant en scène la nouvelle marque. Également plus aéré et structuré en plusieurs mots-clés, il vous permettra de trouver toutes les informations utiles en un temps restreint. Rapport d'activité, communiqués de presse, actualités, tous les documents nécessaires à la compréhension du réseau Initiative y sont disponibles. Un outil de recherche permet à un porteur de projet de trouver la plateforme correspondant à la commune de son choix.

@ www.initiative-france.fr



LE CONCOURS

« Objectif parrainage » a permis à Initiative

Seuil de Provence de recruter des parrains et de valoriser le travail des bénévoles.

Parrains : l'heure du recrutement

Quelles sont les bonnes pratiques de plateformes pour attirer et recruter de nouveaux parrains ? Sur quels ressorts jouer pour convaincre ces parrains en puissance ? Des entrepreneurs moins expérimentés ont besoin de leur appui.

Lorsque Pays de Guingamp Initiative a décidé, il y a deux ans, de se mobiliser pour recruter des parrains, elle n'a pas eu à chercher bien loin. « Les membres du comité d'agrément et du conseil d'administration nous ont très largement aidés : ils ont fait appel à leurs réseaux. Ici, les gens deviennent parrains par relation et cooptation. Le sentiment d'appartenance à un réseau compte beaucoup », indique Frédérique Marrec, animatrice de la plateforme. Une démarche commune à bien des plateformes, particulièrement efficace dans les territoires ruraux. « Nous sommes un petit département, tout le monde se connaît. Il est facile de recruter par cooptation », confirme Jeannine Pierre, chargée de l'animation et du développement du parrainage à Initiative Indre.

Des viviers de parrains. Dans les zones plus denses, le réseau est tout aussi incontournable mais nécessite un plus gros travail de prospection. Des plateformes signent des conventions de partenariat avec des réseaux de retraités bénévoles (EGEE, ECTI, AGIR abcd). À Nice Côte d'Azur Initiative, Monique Chopf et Micheline

Mehat, bénévoles chargées du parrainage, multiplient les contacts avec les organisations professionnelles : Centre des jeunes dirigeants, Capeb (entreprises du bâtiment), Jeune chambre économique, Union professionnelle artisanale... Une organisation est particulièrement convoitée : le réseau des directeurs commerciaux de France. « Il représente un potentiel intéressant, car les compétences commerciales sont défaillantes chez beaucoup de créateurs. Nous espérons attirer le président au comité d'agrément pour le mobiliser ensuite sur le parrainage. C'est une stratégie à long terme », explique Véronique Pince, directrice de la plateforme niçoise. Comme d'autres, elle constate qu'il est plus difficile de recruter pour le parrainage que pour le comité d'agrément. « Il y a une dynamique de groupe dans le comité d'agrément ; le parrain, lui, est isolé dans sa relation avec le créateur. »

Une fois les viviers de parrains identifiés, il s'agit de transformer l'essai par des recrutements effectifs. Comment présenter le parrainage ? Préalable indispensable : être au clair sur le message à faire passer. « Pour donner envie à d'autres, j'ai rédigé un texte définissant le parrainage et ses objectifs, qui

a été validé par les parrains. Il est sur notre site Internet et permet de tenir un discours unique lorsque les bénévoles prospectent dans d'autres réseaux ou que je reçois un parrain potentiel », indique Danièle Delaye, salariée en charge du parrainage à Centre Ain Initiatives.

À Initiative Val de Seine, la marraine référente, Nathalie Marquet, a organisé un atelier de réflexion en mars 2012 pour redynamiser le parrainage. Il en est sorti un document de deux pages, inspiré des documents d'Initiative France, que les bénévoles prospecteurs laissent aux parrains pressentis. Le profil du parrain a été redéfini, la plateforme cherchant aujourd'hui à recruter des actifs.

De la réunion d'information classique au concours, les modalités de recrutement sont variées ! Pays de Guingamp Initiative organise une réunion par an, avec systématiquement un témoignage de parrain. Elle est suivie d'entretiens individuels pour ceux qui veulent s'engager. « Nous répondons à leurs questions sur la relation parrains créateurs, car ils ont besoin de s'engager en connaissance de cause », indique Frédérique Marrec. Elle a recruté 18 parrains sur 21



RÉUNION

du club des parrains de Centre Ain Initiatives.

présents en 2011 et organisé deux *speed dating* pour mettre en place la relation parrains-créateurs.

À Nice Côte d'Azur Initiative, les réunions d'information sont organisées au moment du déjeuner. Une dizaine de parrains potentiels y assistent tous les deux mois. La plateforme a aussi mis en place son premier *speed dating* parrains-créateurs il y a un an, avec signature de la charte de parrainage dans la foulée. «Dès que la charte est signée, on sonne la cloche, c'est un moment très animé. Cela a beaucoup plu. Nous le renouvelons cette année», relate Véronique Pince.

Avec le concours Objectif parrainage organisé en 2011, la plateforme Initiative Seuil de Provence (ex-Une autre Provence Initiative) a voulu faire coup double: recruter de nouveaux parrains et communiquer largement sur le parrainage. Cinq prix – dont le premier était un séjour aux Thermes de Montbrun-les-Bains – récompensaient les parrains de la plateforme les plus performants en matière de recrutement de parrains. Une grille de notation a été mise en place: plus le nouveau parrain s'impliquait (suivi de la formation au parrainage, signature de la charte, remise des comptes rendus après rencontre avec le filleul), plus le bénévole-recruteur recevait de points. Bilan: cinq parrains supplémentaires en moins de six mois, mais surtout une superbe opération de communication. «Nous avons créé l'événement, il est maintenant mentionné sur notre site et nous avons valorisé nos partenaires, les entreprises qui offraient les prix. Les bénévoles de la plateforme ont apprécié la reconnaissance de leur investissement», explique Terry Andraud, chargée du parrainage.

Créer une dynamique. De façon astucieuse, Nathalie Marquet compte bien utiliser la communication autour de la nouvelle marque d'Initiative France pour présenter le parrainage aux chefs d'entreprise et partenaires qui se rendront pour l'occasion sur la plateforme. De l'avis général, tout ce qui crée une dynamique autour du parrainage est un point fort pour recruter. D'où l'avantage des plateformes qui présentent une gamme de services aux entrants: stages de formation, club de parrains, outils de communication, etc. À Indre Initiative, les parrains, réunis dans un «conseil d'accompagnement», ont même une carte de visite de la plateforme à leur nom, où

leur ancienne profession est indiquée! À Centre Ain Initiatives, Danièle Delaye mise sur la convivialité. «Ils doivent pouvoir se dire qu'ils passeront un bon moment dans le club de parrains. Le nôtre commence à être connu; pour la première fois, de nouveaux bénévoles sont arrivés par le bouche-à-oreille.»

Évidemment, tout cela demande du temps et de l'énergie. «Le parrainage est la chose la plus difficile à réaliser: c'est très chronophage, on peut s'y épuiser. Pourtant, tout le monde reconnaît à quel point c'est génial!», note Véronique Pince, qui projette de repérer parmi les bénévoles de la plateforme un «parrain ressource», au profil commercial, chargé spécialement du recrutement. Une piste identifiée également par Initiative France qui va promouvoir auprès des coordinations régionales le parrain ressource (voir encadré), qui cumulera recrutement et animation du parrainage.

Focus

Mobiliser des parrains ressources

Recruter des parrains, les animer, communiquer à l'extérieur sur le parrainage: ce sont les missions du parrain ressource. Cette fonction n'existe pas encore mais ceux qui peuvent l'exercer sont bien là! Initiative France invite les plateformes à repérer cette perle rare. Son profil: parrain expérimenté, il est bien impliqué dans la vie de la plateforme et reconnu par ses pairs. Des compétences de coach ou d'animateur sont un plus. La coordination régionale prend ensuite le relais en organisant une réunion d'information des parrains ressources identifiés. Des éléments méthodologiques leur seront proposés pour tenir leur fonction par Pierre Mirailès, consultant et animateur des formations au parrainage. Le coût de la formation est pris en charge par Initiative France. Encore pionnière, la démarche mobilise pour l'instant deux coordinations: Rhône-Alpes (la première réunion de parrains ressources a eu lieu le 18 octobre à Valence) et Nord-Pas-de-Calais. D'autres régions montrent leur intérêt.

@ Gyl Coppey gyl.coppey@initiative-france.fr



L'EXPÉRIENCE

de Nadine Quéant (Arras Initiative) profite à Séverine Legrand.



ÉCHANGES

lors des premières Assises du parrainage, en novembre 2011.

Deuxième édition prévue à l'automne 2013.

MOTIVATIONS

Les ressorts du passage à l'action

Pourquoi choisit-on de parrainer? Comment s'intègre-t-on à la plateforme? Six parrains et marraines racontent leur parcours et reviennent sur leurs motivations.

Devenir parrain, c'est d'abord répondre à une sollicitation. C'est toujours un membre actif de la plateforme, souvent un bénévole, mais aussi un partenaire (banque, élu...) qui établit le premier contact, puisant dans son propre réseau. Nathalie Marquet, associée d'une société de services informatiques et de systèmes d'information, a été repérée par le président d'Initiative Val de Seine (Yvelines).

Jocelyne Gantois, consultante en formation, est venue à une première réunion sur le parrainage d'Initiative 95 à l'instigation d'un élu de la communauté d'agglomération du Parisis, membre de la plateforme. C'est un ami, bénévole de Pays de Guingamp Initiative, qui a convaincu Alain Huet, dirigeant de la menuiserie Bec Bois, de donner un peu de son temps à un filleul. L'appartenance du parrain pressenti à un réseau facilite son recrutement. Gérard Couroyer, haut fonctionnaire à la retraite, est arrivé à Versant Nord-Est Initiative après avoir rejoint le réseau EGEE grâce à France Bénévolat : un conseiller EGEE, également bénévole de VNEI, l'a invité à la formation « Devenir parrain », organisée par Initiative Nord Pas de Calais.

Patrick Hammelrath, pour sa part, connaissait déjà Arras Initiative parce qu'il était administrateur d'une des banques partenaires, le Crédit Agricole. Ce retraité au riche passé professionnel – cadre dans l'industrie agroalimentaire, exploitant agricole, cadre dans la fonction publique territoriale – s'est décidé après une réunion organisée par la banque, présentant la plateforme et ses besoins en parrains.

Parfois, le parrainage n'est que la deuxième étape de l'implication dans la plateforme. « J'avais intégré le comité d'agrément et, assez rapidement, j'ai parrainé un créateur. Cela s'est fait naturellement. Ici, la plupart des parrains sont recrutés comme cela », indique Véronique Barbedette, avocate et vice-présidente de Sud-Grésivaudan Royans-Vercors Initiative. Recrutée également pour le comité d'agrément, Nathalie Marquet a, elle, été enrôlée comme marraine juste après son premier comité par l'animatrice d'Initiative Val de Seine. « Elle m'a persuadée que j'avais le *feeling* et les qualités pour coacher une créatrice très introvertie », raconte-t-elle.

Pourquoi devient-on parrain? Qu'est-ce qui pousse les bénévoles à s'investir dans cette relation humaine? Tous partagent le



Nathalie
Marquet



Patrick
Hammelrath



Gérard
Couroyer

besoin de transmettre. « J'étais motivé par le bénévolat en lien avec l'économie, pas pour redevenir un administrateur. Faire bénéficier des filleuls de mon expérience professionnelle – j'ai eu de grosses responsabilités managériales lorsque j'encaissais les services fiscaux de Lille -, donner mon point de vue sur la façon de piloter une entreprise, c'est cela qui m'intéresse », explique Gérard Couroyer.

«J'ai fait du sport de compétition, et la philosophie de la transmission est au cœur de la pratique sportive. Je continue dans ma vie professionnelle en faisant du transfert de compétences et dans le bénévolat en aidant les créateurs qui, la plupart du temps, sont bons dans leur cœur de métier mais découvrent la gestion d'entreprise, la communication, etc.», constate Nathalie Marquet.

Une bonne dose d'altruisme est au cœur de leur engagement. «Des jeunes étaient en attente de parrainage, ils avaient besoin d'un coup de pouce sur le commercial qui est toujours une partie difficile pour un créateur. J'ai trouvé normal de me mobiliser. Par mon activité professionnelle, je conseille et accompagne des jeunes qui souhaitent s'installer comme artisans», raconte Jocelyne Gantois. «J'aime le contact humain et j'ai toujours aimé rendre service. Je concrétise tout ça dans le parrainage. Si je peux aider quelqu'un, je l'aide», dit Patrick Hammelrath qui multiplie les activités de bénévolat (accompagnement de chômeurs, aide aux enfants défavorisés). «J'aurais aimé dans mon parcours avoir quelqu'un avec qui parler, on est seul quand on est chef d'entreprise», note Alain Huet.

L'atout des formations. Au-delà de la relation humaine, ils sont aussi conscients de contribuer à la dynamisation de leur territoire. «On intègre une plateforme avec la volonté de participer au développement économique local. Parrainer est une façon d'aller au bout de cette logique», estime Véronique Barbedette.

Pour les parrains en activité, le besoin d'avoir du recul sur leur propre métier a

aussi compté dans leur engagement. Un effet miroir que souligne bien Alain Huet. «J'ai pensé que le parrainage pouvait être intéressant pour moi aussi. Le dialogue avec mon filleul me nourrit: on parle autant de son affaire que de la mienne.» Les parrains retraités mentionnent plus souvent la quête de reconnaissance, le besoin d'appartenance à un réseau. D'où l'attention à porter à l'intégration des parrains pour ancrer leur engagement. Les

formations au parrainage (voir p. Outils, ci-contre) constituent un puissant outil d'intégration à la plateforme, fort apprécié. «La formation met tous les parrains en contact, ce qui est très important pour faire fonctionner le réseau», observe Gérard Courroyer. Pour Patrick Hammelrath, la formation a été décisive: «C'est un guide pour la relation parrain-filleul et c'est indispensable pour fixer son rôle. Sans cette formation, je ne me serais pas engagé.» ■



LA TRANSMISSION

est au cœur de la relation de parrainage. Ci-dessus: Jacques Bonvin (à droite), parrain à Arras Initiative, et Bertrand Mills, son filleul.



PARRAINER,

c'est aussi partager avec ses pairs. Ci-dessus, le club des parrains de Hauts-de-Seine Initiative.

CHAQUE MOIS, UNE INNOVATION, UNE BONNE PRATIQUE, UN NOUVEAU DISPOSITIF PASSÉ AU CRIBLE

SE FORMER AU PARRAINAGE

■ Pourquoi un chef d'entreprise expérimenté doit-il se former au parrainage ?

Chef d'entreprise, parrain : ce n'est pas le même rôle. Avoir exercé des responsabilités de dirigeant est indispensable pour parrainer un nouvel entrepreneur, mais encore faut-il savoir transmettre cette expérience. Il ne suffit pas d'avoir été un bon joueur pour devenir un bon entraîneur. Quelques compétences supplémentaires sont indispensables. Et ces formations partent d'un postulat : il n'y a pas d'âge pour apprendre.

■ Quelles sont les compétences à acquérir ?

Le parrain doit partir des besoins du créateur. Celui-ci passe du salariat à la responsabilité globale de l'entreprise : il doit acquérir les bons réflexes pour se comporter en chef d'entreprise. Pour l'aider à se poser les bonnes questions et à trouver lui-même les réponses, le parrain doit donc ajouter à son expertise des compétences pédagogiques et méthodologiques. Se former au parrainage développe l'écoute active, le questionnement ouvert, la capacité à mettre l'autre devant ses contradictions et ses responsabilités.

■ Quelles sont les formations existantes ?

Depuis 2008, Initiative France développe un programme de formations. Plus de 130 sessions ont été organisées au profit de 800 parrains (certains en ont suivi plusieurs). Elles sont organisées en trois modules. Le premier niveau (« Bien débiter le parrainage ») est destiné aux néophytes ou à ceux qui, après avoir commencé un parrainage, éprouvent le besoin de revisiter les fondamentaux. Le deuxième niveau (« Consolider mes compétences ») permet au parrain, lors de sessions organisées en groupes d'échanges, de consolider ses acquis, d'acquérir des techniques de résolution de problème et de développer sa communication interpersonnelle. Enfin, le troisième niveau (« Développer mon savoir-faire ») concerne l'autoévaluation du parrainage. Il repose sur un travail en atelier où, à tour de rôle, les parrains jouent leur propre rôle, puis celui du créateur et celui de l'évaluateur, en enrichissant du même coup leur perception.

■ Qui les organise ?

Ce sont les plateformes qui organisent ces formations en s'appuyant sur le programme national d'Initiative France. Elles développent également des échanges de pratiques entre parrains. C'est donc auprès d'elles qu'il faut se renseigner. Les coordinations régionales du réseau mettent aussi en place des formations interplateformes qui permettent de faire connaissance avec des parrains venus d'autres plateformes.

■ Quels sont les bénéfiques ?

Dans les retours que font les parrains lors des évaluations, plusieurs tendances se dégagent. Pour beaucoup, la formation permet de consolider des connaissances. D'autres reconnaissent qu'elle les aide à développer de nouvelles approches, avec des retombées concrètes dans leur relation avec le créateur. Les derniers estiment que les acquis de ces formations leur sont utiles plus largement dans les relations avec les autres parrains, avec l'équipe de la plateforme, voire dans d'autres situations.



“ Voir au-delà de nos connaissances

Au moment d'arrêter son activité professionnelle, après une longue carrière au Crédit Agricole où elle était responsable de l'agence de Mézières-en-Brenne (Indre), Liliane Bidault a accepté la proposition d'Initiative Brenne de devenir marraine. Aujourd'hui, elle suit un couple d'entrepreneurs qui ont créé des salons de coiffure ainsi qu'une jeune femme qui s'est lancée dans la maréchalerie. Elle a suivi deux formations en 2012 (2^e et 3^e niveaux) : « Quand nous devenons parrains, nous avons notre culture, notre métier, notre façon de voir. Les formations nous permettent de voir au-delà de nos connaissances et d'appréhender la vie de l'entreprise autrement. Elles nous aident à nous mettre à l'écoute des entrepreneurs. Nous ne devons pas nous substituer à eux. Nous nous appuyons sur notre expertise mais la formation nous aide à ne pas la mettre en avant à tout moment. Elle nous permet d'appréhender les techniques de résolution de problèmes et de voir où sont nos propres manques, en un mot de mieux appréhender notre rôle. L'autre grand intérêt de ces formations est de nous donner l'occasion de nous retrouver entre parrains des deux plateformes de l'Indre. Initiative Brenne organise en plus des dîners-débats entre parrains où nous réfléchissons au meilleur moyen d'accompagner les créateurs. »

Page réalisée par J.-M. M. avec Pierre Mirailles

VOYAGE INITIATIQUE AU QUÉBEC

Il y a un an, Initiative France organisait une rencontre au Québec entre parrains français et mentors québécois dans le cadre d'un échange entre le réseau français et la Fondation de l'Entrepreneurship (voir Lettre n° 164). En juin 2012, c'était au tour de jeunes entrepreneurs du réseau de traverser l'Atlantique. Au programme: visites d'entreprises, rencontre de mentors et de mentorés, découverte des structures utiles au développement des affaires et participation aux Assises du Mentorat, rendez-vous annuel du réseau M, soutenu par la Fondation. Le but du voyage? « Mettre la relation de parrainage sous le regard croisé parrainé-mentoré, mais aussi favoriser les conditions de croissance de jeunes entreprises en les mettant en situation de rechercher d'autres marchés ou partenaires », explique Gyl Coppey, adjoint à la déléguée générale et concepteur du programme.

Trois jeunes entrepreneurs ont participé au voyage: Blandine Barré, créatrice de Bouche Bée (mode féminine) soutenue par Vendée Bocage Initiative (voir Lettre n° 176), Pierre-Laurent Noyelle, cogérant de DNE LED, société spécialisée dans l'éclairage créée avec le soutien d'ADER Initiative, et Samuel Barone, qui a créé la marque de vêtements Oto10dakt avec l'appui de Savoie Initiative.

Tous trois ont été frappés par les différences entre le mentorat à la québécoise et le parrainage à la française. « Dans le mentorat, l'individu est au centre de la relation, pas l'entreprise », souligne Blandine Barré. « Au début, ce côté "psy" paraît bizarre. Ensuite, j'ai trouvé le concept intéressant. Quand on est à la tête d'une entreprise, on ne pense plus qu'à elle et pas à nous. Se focaliser sur la personne permet de mieux faire la différence entre vie personnelle et vie professionnelle », estime Samuel Barone.

Les différences culturelles les ont aussi frappés dans le quotidien de l'entreprise. « La direction est très proche des salariés, les différences hiérarchiques sont beaucoup moins marquées qu'en France. Entretenir son réseau paraît très important: une entreprise visitée, Sur Mesure, appelle ses fournisseurs chaque semaine, même sans passer de commande, simplement pour entretenir la relation », relate Pierre-Laurent Noyelle.

Côté business, les jeunes entrepreneurs y ont trouvé leur compte. Ils ont particulièrement appr-



cié le rendez-vous à la Chambre de commerce française de Québec qu'ils savent désormais être le point d'entrée incontournable s'ils veulent exporter au Québec. Une matinée libre leur a également permis de nouer des contacts et de revenir, à l'instar de Samuel Barone « avec un paquet de cartes de visites ».

Des Assises du Mentorat, ils sont revenus avec l'intention de mettre en pratique les conseils entendus en ateliers. « Je proposerai à mon parrain que l'on se voie en dehors de mon espace de travail pour centrer la relation sur l'individu et le savoir-être. Par exemple, j'ai besoin de parler de la prise de décision, de savoir réagir au stress », indique Blandine Barré. Pierre-Laurent Noyelle compte rapprocher les rencontres et ne se sentira plus gêné d'appeler son parrain. « Ce que j'ai appris de la relation mentor-mentoré m'a ôté l'appréhension de contacter plus souvent mon parrain ». Quant à Samuel Barone, il a retenu que c'était au parrain de faire le premier pas... et l'a testé dès son retour. « Je n'ai pas donné de nouvelles à mon parrain. Il m'a envoyé quelques mails, cela m'a prouvé qu'il s'intéressait à moi! »

Selon leurs propres termes, le voyage les a « fait grandir » et leur a permis de prendre du recul sur leur activité. À l'issue de ce premier échange, Gyl Coppey souhaite que d'autres voyages soient organisés avec d'autres jeunes entrepreneurs, à l'échelle régionale cette fois. Question pratique, la majeure partie des coûts et l'organisation – remarquable – ont été pris en charge par l'Office franco-québécois de la Jeunesse. À quand le prochain départ?

Violette Queuniet

En juin, trois jeunes créateurs aidés par le réseau ont découvert le «mentorat» à la québécoise. De quoi dynamiser leur relation avec leur parrain français.

Sur la photo: aux côtés d'Alain Aubut, président-directeur général de la Fondation de l'Entrepreneurship, Blandine Barré, entourée de Pierre-Laurent Noyelle (à droite) et Samuel Barone (à gauche).

LA LETTRE INITIATIVE EST COFINANCÉE PAR L'UNION EUROPÉENNE / DIRECTRICE DE LA PUBLICATION Anne Chatauret / RÉDACTEUR EN CHEF Jean-Michel Mestres (jean-michel.mestres@initiative-france.fr) / RÉDACTION Amir-Alexander Abdellilah (amir-alexander.abdellilah@initiative-france.fr) / ONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO Violette Queuniet, Pierre Mirailles / MAQUETTE • RÉALISATION Edire (Barbara Starita, Bernard Montelh, Marie Devouge) / PHOTOS F. Achdou/Urba Images (p. 4, 5, 6); DR. / IMPRESSION SB Graphic, 93600 Aulnay-sous-Bois / INITIATIVE FRANCE 55, rue des Francs-Bourgeois 75181 Paris cedex 04 • tél. 01 40 64 10 20 • fax 01 43 20 58 34 / Signalez-nous vos changements d'adresse: communication@initiative-france.fr • www.initiative-france.fr ISSN 1951-9672

