

Business mentoring

« LES FEMMES SÉCURISENT LEURS PROJETS »

Frédérique Moser (interview), Julien Becker (photo)

Depuis septembre 2011, le « serial entrepreneur » Xavier Buck est le mentor d'une jeune femme, créatrice d'entreprise sur le web.

Monsieur Buck, pour quelles raisons avez-vous décidé de devenir mentor ? « Étant moi-même entrepreneur, voire multi-entrepreneur – j'ai fondé une dizaine de sociétés sur les 11 dernières années (dont EuroDNS, Datacenter, DomainInvest, ndlr.) –, j'ai trouvé superbe l'initiative de Business mentoring lancée par la Chambre de Commerce. C'est un cadre formidable pour partager un savoir-faire, une expérience, avec les jeunes entrepreneurs qui se lancent. Cela me permet d'évoquer tous les challenges rencontrés, lors de la création de ces multiples entreprises, sachant que j'ai vu un peu de tout: commencer à zéro, lever de l'argent, chercher des investisseurs, puis des fonds d'investissement qui sont entrés... Pour ce qui me concerne, j'ai créé dans le domaine de l'Internet, mais à tous les niveaux et des structures de toutes les tailles.

Pensez-vous que les processus sont toujours sensiblement les mêmes, quel que soit le secteur d'activité ? « La force de l'initiative Business mentoring est de proposer une belle palette d'industries différentes. On y trouve des membres de l'Horesca, de l'industrie, de la distribution... Mon savoir, que j'aime bien partager, et qui s'applique à toutes les industries, c'est: 'Comment être visible sur l'internet; comment être bien référencé; comment analyser un marché à l'international sur l'Internet; comment être visible, finalement, pour pouvoir exporter?' C'est là que réside ma force et, au sein de l'initiative, je ne prends que des dossiers qui sont vraiment liés au savoir-faire du *social networking*, du référencement web, et à la notion même du produit et des services à offrir via Internet.

Vous mentorez une femme. Est-ce un choix délibéré de votre part ? « Le choix ne s'est pas fait parce que c'était une femme – ce qui n'en est pas moins agréable! – mais il s'est opéré par rapport au projet. Élodie Deconinck s'est lancée dans une aventure assez intéressante, c'est-à-dire une agence web, Kumkuat, spécialisée dans le *e-commerce*, plus précisément la création de sites marchands.

Qu'est-ce qui vous a séduit dans ce projet ? « C'était le premier projet au Luxembourg qui pense plus loin que le fait de réaliser simplement des sites marchands, et qui a vraiment une solution à offrir sur la façon de combiner les sites marchands avec les réseaux sociaux, ainsi que le référencement international du web. Cette agence a toute une palette construite autour de cela.

Dans quel état d'esprit avez-vous trouvé votre « mentorée », lors de votre première rencontre ? « Extrêmement passionnée. Elle avait envie d'attaquer, de se lancer dans une entreprise propre. Jusqu'à présent, elle était employée;

c'est donc sa première création. Élodie était très motivée par son idée, elle a envie d'atteindre son but. Elle vient du monde commercial, il s'agit pour elle d'un atout supplémentaire pour son projet. Puis, elle avait les idées très claires sur le marché à attaquer, comment être mieux que la concurrence, bref, quel 'plus' apporter au marché pour réussir à vendre...

Sur quels aspects l'avez-vous aidée ? « Elle n'avait aucune expérience dans la gestion et le lancement d'entreprises, les points auxquels il faut être attentif. Un mentor est là pour être le miroir de toutes les questions qu'un mentoré peut se poser. Le mentor va guider, mais il ne va jamais prendre une décision. Son rôle est de montrer les divers points à mettre en balance.

Les créateurs d'entreprise, quand ils ne réussissent pas, c'est souvent parce qu'ils sont très bons dans un aspect du projet, mais qu'ils ne font pas attention à garder la balance de tous les aspects: analyse du marché, les meilleurs produits et services à offrir, l'approche marketing à opérer, veiller à maintenir une balance entre revenus récurrents et revenus sur projets. Beaucoup d'entrepreneurs ne font que des revenus 'projets' et le jour où il n'y a plus de projet, ils sont morts. Il faut également être attentif aux aspects juridiques et administratifs, aux petits savoir-faire sur les négociations avec les banques, la présence ou non d'investisseurs, l'apport ou non de financements externes... Il faut savoir, en outre, gérer la croissance.

Le mentor doit montrer tous ces points et être là, aussi, pour que l'entrepreneur puisse se poser et réfléchir aux alternatives existantes, pour lui raconter les conséquences de certains choix faits dans son propre parcours. Et sur cette base-là, le mentoré va pouvoir prendre sa décision.

J'en reviens à l'aspect du « genre ». Pensez-vous qu'une femme a une approche entrepreneuriale différente de celle d'un homme ? « C'est une bonne question! En y réfléchissant un peu, je dirais que oui. Certainement. Il y a de nombreux 'plus' féminins qui constituent des avantages, comme ceux liés à la sécurité, au fait de se poser davantage de questions...

Une femme cherchera donc à avoir un projet plus sûr ? « Elle va plus souvent revisiter l'ensemble des points, pour être sûre qu'elle est bien couverte et qu'elle peut sécuriser un maximum son projet. Un homme, à mon avis, prendra plus de risques et se posera moins de questions.

Comment l'expliquer ? « Par la nature de la femme! Les femmes ne se lanceront qu'après avoir bien réfléchi.

Est-ce un avantage ou un point faible ? « Un avantage, sur certains points, et un inconvénient quand il faut savoir prendre une décision risquée, pour



avancer plus vite. Cela peut ralentir la croissance, mais cette dernière est alors mieux assurée. Mais attention, ce n'est qu'une impression personnelle sur le distinguo homme/femme dans le monde des affaires!

Cette différence peut-elle être imputée, côté féminin, à un manque de confiance en soi? «Les statistiques montrent cela, en effet. Mais pour Élodie, ce n'est absolument pas le cas, par exemple! Elle a une telle confiance en elle.... Elle est une femme entrepreneur. Toutes celles qui se lancent ont énormément confiance en elles. Mais certainement, l'aversion du risque dont j'ai parlé est le facteur prépondérant qui mène à ces statistiques générales.

Qu'est-ce que les femmes ont à apporter de différent, au monde de l'entrepreneuriat? «L'initiative générale de vouloir amener plus de femmes dans les conseils d'administration et dans les hauts niveaux des entreprises est une bonne chose, pour contrebalancer, justement, les avancées trop rapides des hommes qui prennent trop de risques! Il faut compenser.

Seriez-vous favorable à l'idée d'imposer des quotas? «Non. Ce n'est pas une bonne solution, car il y aurait des abus. Ou alors, uniquement des quotas faibles. L'idée étant que chacun se mette, systématiquement, à se poser la question de savoir qui sont les meilleurs éléments féminins que l'on pourrait amener à de hauts niveaux de responsabilité.

Des quotas élevés entraîneraient des abus, où l'on mettrait le nom d'une femme, que l'on prendrait de la rue ou presque, pour la nommer dans un *board* où elle n'aurait rien à dire. Des quotas faibles inciteraient certainement les chefs d'entreprise à aller rechercher les bons éléments féminins, à l'intérieur ou à l'extérieur de leur société.

Quelles sont, généralement, les causes d'échec des jeunes créateurs d'entreprise? «Il y en a plusieurs. Souvent, les jeunes entrepreneurs n'ont pas la vue d'ensemble. Un *geek* qui est un super développeur peut se

« Vouloir amener plus de femmes dans les conseils d'administration et dans les hauts niveaux des entreprises est une bonne chose, pour contrebalancer les avancées trop rapides des hommes qui prennent trop de risques! »

Xavier Buck

lancer, mais s'il n'a aucune notion sur le marché, sur sa visibilité, il va rester dans son coin. On peut mourir, assis sur le meilleur produit existant sur le marché! C'est un exemple très classique de notre monde de l'Internet.

Ensuite, pour réussir, il faut savoir accepter de ne pas être parfait, afin de pouvoir avancer. Je vois cela comme une piste de stade, avec cinq ou six coureurs qu'il faut faire courir en parallèle, et il faut que tous courent à la même vitesse. Il faut donc distribuer les efforts sur toute la ligne. Certains veulent être perfectionnistes et attendent que tout soit parfait. Et en attendant que cela le devienne, il est déjà trop tard. Ils ont tout dépensé, ils ne sont pas visibles. J'ai une devise: '*Don't worry, be crappy.*' Donc, n'attendez pas que ce soit parfait pour démarrer. Même s'il faut garder à l'esprit, bien sûr, qu'il faut sans cesse revisiter et améliorer son produit...

Faut-il un seul visionnaire ou toute une équipe, pour bien démarrer?

«Il faut un visionnaire qui doit avoir un but et qui sait vendre son but à une équipe. Et là, il doit y avoir des gens complémentaires. Toujours l'image de la balance. Cela ne sert à rien d'avoir une équipe de quatre *geeks* super doués pour le développement de produits, sans personne pour la vente, pour la distribution ou le suivi financier.» ●