

Dossier de Presse

Suite à nos travaux des années 90 sur les micros activités et la sortie de notre livre « *eBusiness Generation, les micros entreprises gagnent de l'argent sur Internet* » puis la mise en place du premier incubateur virtuel pour les micros services en ligne, voici quelques extraits des commentaires presse sur le *self-employment*, le *family business* et la polyactivité, autant de phénomènes nouveaux favorisés par la diffusion de l'internet.

Apprentis camelots du Net



Marie-Joëlle Gros, [Libération](#), 18 octobre 1999

A la recherche d'un revenu d'appoint ou plus, des particuliers vendent produits et services en ligne. Reste à attirer les clients. *Ils sont éleveurs de perroquets, loueurs de cassettes vidéo, bouquinistes ou photographes, entre autres. Jusque là, rien de particulier. A cette nuance près qu'ils proposent leurs produits ou services sur l'Internet. Ils expérimentent le commerce électronique à leur manière. Certains envisagent d'en vivre, d'autres en attendent un simple complément de revenu. Comme le souligne Denis Ettighoffer, auteur de **eBusinessGeneration** ⁽¹⁾, ces candidats à la pluri-activité peuvent trouver dans l'Internet une opportunité nouvelle. Que le temps libéré par les 35 heures encouragera peut-être.*

L'évangéliste de la Net-économie s'est lancé dans une enquête (plus qualitative que quantitative) sur l'identité de ces nouveaux entrepreneurs. Il apparaît que les cyberentrepreneurs, loin d'être de jeunes génies de l'informatique, sont souvent des quadras. Une grosse moitié est diplômée de l'enseignement supérieur et 45% travaillent en famille. Ces aventuriers du commerce électronique tâtonnent. Seuls 30% d'entre eux ont passé des accords avec d'autres sites pour se faire connaître, 21% font appel à des transporteurs, et seulement 27% proposent des règlements sécurisés. Le plus difficile pour eux n'est pas de créer un site web, mais de savoir attirer le chaland.

Evidemment, avoir une belle vitrine ouverte sur le monde entier ne sert à rien si personne ne passe devant. Et le service doit suivre : prise de commande, paiement, livraison. Les opérateurs sont dans les starting-blocks. Depuis le début de l'année, France-Télécom Hébergement propose notamment la location de boutiques virtuelles prêtes à l'emploi. On les personnalise au logo de son entreprise, on y présente ses produits et le bon de commande qui va avec. Même sans le degré de logistique des grandes peintures de la VPC, les entrepreneurs en ligne rencontrent parfois le succès. Certains se font connaître sur les forums de discussions, testent l'intérêt des internautes pour leurs produits et essaient de les convertir en consommateurs. Mais atteindre un volume de vente permettant de vivre de son commerce électronique est une belle paire de manches. Marc Refabert en sait quelque chose. Il a créé en mai 1997 [fromages.com](#) avec quatre copains qui ont investi 500 000F dans son idée : livrer des plateaux de fromage comme on livrerait un bouquet de fleurs. "On ne fait pas que de la vente, précise Marc Refabert, on propose aussi de l'info sur les fromages en plusieurs langues et c'est ce qui plaît." Comme il a été l'un des premiers à se lancer dans ce commerce d'un genre nouveau, on a beaucoup parlé de lui (Libération du 17/10/97). Du coup, au

bout de deux années, Fromages.com réalise près d'1 million de chiffre d'affaires (dont plus de 90% à l'export) et salarie deux personnes. "L'Internet n'est pas un Eldorado, tempère le vendeur de fromages. Si je devais recommencer aujourd'hui, il me faudrait beaucoup plus de 500 000F, pour la publicité, les partenariats, etc." Sans compter qu'il a fallu du temps pour que l'activité décolle. Aujourd'hui son site enregistre en moyenne 120 commandes par mois, mais plafonnait à 2 par mois la première année. Surtout, loin d'être une activité d'appoint, Fromages.com occupe son créateur à plein temps, et, précise le cybercommerçant, il ne s'est "toujours pas enrichi".

(1) : ["e-Business Generation, les micro-entreprises gagnent de l'argent sur Internet"](#), Denis Ettighoffer, Editions Village Mondial, 1999



La micro-activité en ligne embryon des entreprises du 3ème millénaire

Propos de Denis Ettighoffer recueillis par Corinne Zerdib, [01 Informatique](#), 8 octobre 1999

Fondateur [d'Eurotechnopolis Institut](#), Denis Ettighoffer, également auteur de ["L'Entreprise Virtuelle"](#), vient de publier ["eBusinessGeneration, les micro-entreprises gagnent de l'argent sur Internet"](#). Cet ouvrage présente la naissance d'un phénomène nouveau : la création, via l'Internet, de micro-entreprises familiales qui se placent d'emblée sur la scène mondiale. Il met en question la mono-activité et le salariat perçu comme la voie unique de création de richesses.

Ce phénomène de micro-entreprises sur Internet est-il un simple effet de mode ?

Non, je ne le pense pas, car la précarité croissante du salariat et les 35 heures sont des facteurs conjoncturels et structurels qui encouragent la polyactivité. Nous allons devoir nous adapter, notamment en multipliant nos sources de revenus. La micro-activité en ligne, embryon des entreprises du troisième millénaire de la Net Economy, peut être un pont entre le salariat traditionnel et le travail indépendant. D'ailleurs, seuls 30% des cyberentrepreneurs déclarent travailler à plein-temps. Cela représente un véritable enjeu pour notre nation, qui y trouvera des gisements nouveaux de création d'activités facilitant le "self employment", c'est à dire la création de son propre emploi.

Allez-vous mener campagne auprès des pouvoirs publics pour améliorer les conditions de la micro-entreprise ?

Je n'ai pas l'intention de monter le parti politique de la micro-entreprise. Mais je considère utile, puisque cela fait partie de mon expertise, d'ouvrir des voies de réflexion et de faire des propositions nouvelles. Mon livre est un rapport d'étonnement, une mise en garde sur les enjeux nouveaux de la "cyberéconomie" sur l'emploi et les nouveaux modes de création de richesses. Cela étant, on peut s'étonner de l'inertie des pouvoirs publics lorsqu'il s'agit d'accompagner les grandes transformations en cours du monde du travail. Les politiques ne semblent plus avoir aucun pouvoir sur l'administration. Suite au rapport d'Hervé Guymard, des lois et décrets ont été votés et signés pour faciliter la polyactivité. Mais ils ne sont pas appliqués.

Comment peut-on soutenir ce phénomène ? Pour ma part, je fais le choix de prôner une démarche pédagogique par l'exemple et de constituer une communauté virtuelle des créateurs de micro-activités français. Avec mes partenaires, nous préparons le lancement d'une pépinière virtuelle pour 2000. Dans l'immédiat, il s'agit d'une sorte de plate-forme d'information destinée à ceux qui veulent se lancer. Un observatoire international est en place sur tout ce qui se dit et se fait dans le monde à propos du "Family Business". Plus tard, la plate-forme proposera un bouquet de services au soutien du lancement de micro-activités en ligne.



Les cyber-entrepreneurs sont nés

Annie Battle, [Les Echos](#), 7 septembre 1999

Internet fait naître une nouvelle génération de micro et toutes petites entreprises, qui travaillent parfois sur un bout de table... 15 000 nouveaux cyberentrepreneurs apparaissent tous les mois aux Etats-Unis. Ils seront 50 millions l'an prochain.

"J'ai démarré mon affaire il y a trois ans avec mon frère qui travaille pour une société de serveurs et m'a permis de disposer d'un site Web gratuit. Je voulais diffuser des informations sur la communication télépathique avec les animaux. Voilà d'où je suis parti. Puis je suis devenu distributeur de nourritures pour chat et chien Flint River Ranch. L'affaire a très bien marché, suffisamment pour que suis puisse quitter mon job...". Des cyberentrepreneurs en chambre; il en naît 15 000 nouveaux tous les mois aux Etats-Unis, on prévoit qu'ils seront 50 millions l'an prochain, dont 27 millions de SOHO (small office-home office).

Des affaires de famille.

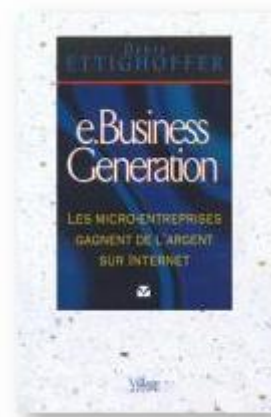
Ces micro-entreprises ont en effet souvent leur siège dans la cuisine et, pour plus du tiers, ce sont des affaires qui mobilisent femme et enfants. Les créatrices sont d'ailleurs en majorité des femmes. Les cyberentreprises constituent une activité d'appoint mais peuvent se transformer en start-up pour déboucher sur un "gros business", comme Mirabilis, micro-entreprise israélienne passée à 280 millions de dollars en deux ans. Elles ne nécessitent pas de gros investissement. On peut créer un site avec moins de 10 000 francs, surtout si on l'installe au Québec, paradis des aventuriers du Web. Leur domaine privilégié est celui des micro-activités dans les services et donne lieu à une débauche d'inventivité : de la création de "circuits de nage avec les dauphins en liberté" aux psychanalyses on line. Mais elles proposent aussi les produits les plus originaux, bas à couture ou voitures de collaborateurs de chez Renault, histoires "osées", fossiles, distributeurs de chewing-gum de collection... Et pour se jeter dans ces aventures, il n'est pas nécessaire d'être un spécialiste des ordinateurs et des réseaux électroniques. On peut sous-traiter hébergement, conception et graphisme...

Révolution de l'esprit d'entreprise

Pour profiter de ce gisement d'activités, il va falloir encourager une révolution de l'esprit d'entreprise en France, car on continue d'y mépriser les "petits boulots". Le commerce électronique vers les particuliers y reste très modeste, les grandes entreprises "tâtent l'eau du bout de l'orteil", les micro-entreprises sont encore rares sur le Web. L'auteur de l'ouvrage ⁽¹⁾, Denis ETTIGHOFFER, ancien directeur développement des NTIC pour

Bossard Consultants, a lancé, avec le soutien de la Caisse des Dépôts et Consignations, une étude sur le développement un peu partout dans le monde de ces innovateurs qui "ouvrent une boutique sur un coin de la Toile". Le livre en détaille les résultats. Très loin d'une étude savante, il dessine un panorama très concret des pratiques dont le moteur est "money, money" et qui font naître une avalanche de micro-entreprises individuelles et familiales fourmillant d'idées.

Il passe en revue les façons de faire et les technologies qui vont compter. Ce sont le "push" (nouveau couponing électronique), les bases de données relationnelles et le "tracking" (identification des cybervisiteurs, de leurs sources d'intérêts, de leurs achats préférentiels). Le dernier chapitre conclut sur les conditions du succès en France, dont l'encouragement systématique de la cyberentreprise personnelle, fer de lance de la création d'emplois nouveaux, qui devrait être protégée comme l'est le salariat. L'auteur, avec le soutien de dix institutions (comme l'Agence pour la création d'entreprises) et entreprises (dont Lotus Corporation) prolonge l'impact pédagogique par la création - sur le Net - d'un site "eBusinessGeneration.com" qui a l'ambition de devenir la première pépinière virtuelle française en matière de soutien à la création de micro-activités en ligne.



(1) : ["e-Business Generation, les micro-entreprises gagnent de l'argent sur Internet"](#), Denis Ettighoffer, Editions Village Mondial, 1999

Vive l'ère du micro-business en ligne

Propos recueillis par Brigitte Dyan, L'Entreprise en Solo, Mai/Juin 99

Observateur attentif des nouvelles technologies, de leur impact sur les modes de vie et de travail, Denis Ettighoffer, consultant en organisation et management, s'apprête à publier une étude sur le commerce électronique. Et annonce l'avènement de la cyber-micro entreprise familiale.

Vous avez découvert dans votre étude une nouvelle espèce encore peu connue d'hommes et de femmes travaillant sur Internet ? Al Gore, le vice-président des Etats-Unis, a résumé ainsi l'époque nouvelle dans laquelle entre notre économie : "Pratiquement n'importe qui, ayant une idée géniale, peut s'établir à son compte et devenir la boutique du coin pour la planète entière ». La distribution électronique vit sa propre révolution avec l'irruption de millions d'invités inattendus : les micro-entreprises en ligne. Le monde de l'Internet se remplit de "cyberoutards" qui viennent y faire la manche, d'individus qui fourmillent d'idées et tentent d'y faire fortune, de petites entreprises qui découvrent qu'il leur est possible de créer une multinationale individuelle, de familles qui y trouvent des compléments de revenus, ou plus simplement, un excellent prétexte pour courir le monde virtuel en attendant de le faire "pour de vrai".

Pour créer sa boutique sur le Web, il faut pouvoir investir ? Pas nécessairement. Nous avons découvert et étudié sur Usenet des centaines de services de vente entre

particuliers ou semi-professionnels. Ces activités, originales pour la plupart, s'exercent entre personnes ayant les mêmes centres d'intérêt, au travers des forums ou des messageries. Elles se développent dans des communautés virtuelles, entre des gens qui se font confiance, qui partagent langues et valeurs. Les achats en ligne sont aussi utilisés pour adhérer à des valeurs véhiculées par ces communautés. A l'exemple de cet ancien vendeur de nourriture pour animaux qui draine sur son site "Animal Connection" tous ceux qui partagent sa passion pour les dauphins et en a fait son métier. La Toile permet à des millions de consommateurs d'accéder au commerce de "de personne à personne". Faut-il avoir compris le besoin de personnalisation, nombre d'entreprises, notamment dans les services, voient leurs clients devenir infidèles. Or c'est là que se joue le succès des indépendants.

Ces micro-entreprises sont-elles rentables pour ceux qui les animent ? Oui, au regard du temps consacré, sans forcément dégager plus qu'un revenu d'appoint, c'est le cas de 75% des personnes que nous avons interrogées. Déjà une famille américaine sur quatre tente l'aventure du "*small ou home business*". Le phénomène des micro-services en ligne ne manquera pas de se développer partout dans le monde. En 1998, le cercle des internautes comprenait 210 millions d'habitants, un nombre pratiquement multiplié par dix depuis 1995. Dans moins de 10 ans, ils représenteront l'équivalent des populations des Etats-Unis et de l'Europe réunies. Et ce sont les achats de moins de 10 dollars qui vont connaître une véritable croissance dans les vingt ans à venir. Cette révolution a surtout lieu sur Usenet, dans les réseaux de forums et de messageries. La Toile est en train de devenir, parfois au désespoir de ses inventeurs, le lieu du commerce international le plus fréquenté. D'où la difficulté que nous avons eue pour cette étude à distinguer l'exotique de l'emballage du sérieux de la prestation, l'idée géniale de l'arnaque. D'autant que les services qui marchent et qui rapportent à leurs inventeurs ne cherchent pas forcément à être célèbres. L'opportunisme est la règle. On essaie, ça marche ou ça ne marche pas. Pas de problème, on essaiera autre chose.

Est-ce que vous avez défini la recette des services qui se vendent bien ? Les clés de la réussite semblent assez simples : un produit ou un service qui apporte des "plus" significatifs, y compris dans le confort de l'acte d'achat, et qui répond à un réel besoin. On y ajoutera la capacité à travailler à l'international et à passer des accords de partenariat, associée à une démarche de promotion passant par Usenet. "Opportunisme avant efficacité", cette formule du livre *New rules for the new economy* de Kevin Kelly, rédacteur en chef de *Wired* à San Francisco, illustre cette approche. Ces entrepreneurs opportunistes qui viennent faire des affaires sur l'Internet inventent parfois des propositions qui laissent perplexes. Vous y apprenez que la "*BNP International Limited*" ou "*Cegetel Europe Limited*" ou "*Wanadoo International Limited*" sont des sociétés à vendre. Le vendeur précise que ces compagnies domiciliées en Angleterre n'ont jamais eu d'activité et sont livrées clés en main pour quelques centaines de livres. Bref, les surprises ne manquent pas ! L'une de mes intentions à l'issue de ce travail, c'est d'ouvrir au plus vite une "pépinière virtuelle" pour ces cyberentrepreneurs à l'affût de services plutôt que de conseils, avec le concours des universités et des écoles et le parrainage des collectivités et des grandes entreprises.

Et pour en savoir plus...

<http://www.journaldunet.com/0309/030922ebizgeneration.shtml>

<http://www.google.fr/search?hl=fr&q=ebusiness+generation&btnG=Recherche+Google&meta=&aq=f&oq=>

