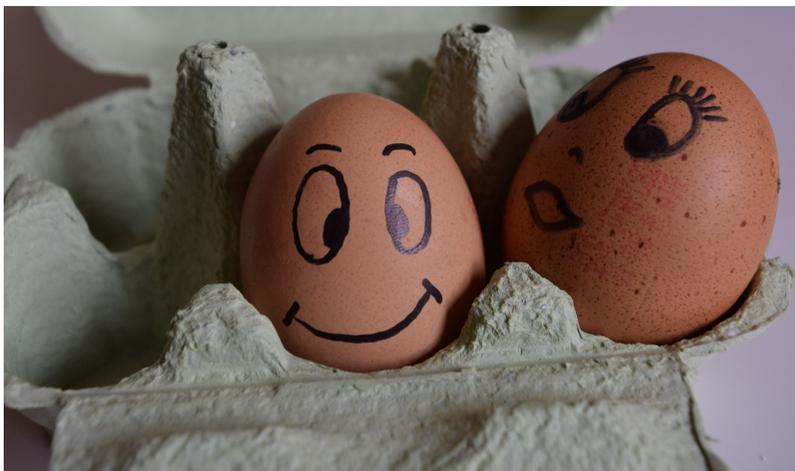


FOCUS SUR

## L'incubateur du Cnam ou quand des enseignant.e.s-chercheur.e.s participent au développement de projets innovants !

Depuis plus un an, Sabrina Krouri tient les rênes du tout nouvel incubateur du Cnam : concrétisation de jeunes projets entrepreneuriaux et mécénat de l'innovation, sa mission va parfaitement dans le sens de celle que le Cnam remplit depuis plus de 220 ans.



Si nous avons choisi d'en parler dans la Newsletter de la recherche c'est que nos enseignant.e.s-chercheur.e.s et membres des laboratoires de l'établissement pourraient, ou participer au développement d'un projet, ou même en proposer un.

L'incubateur est une structure cnamienne à part entière. Il est placé sous la tutelle de [Cnam Entreprise](#), dirigé par Armel Guillet, et présidé par Denis Delmas, ex-PDG de TNS Sofres et par ailleurs *business angel* ne refusant jamais de partager son expérience.

Tout a commencé le 18 avril dernier : deux entreprises sont sélectionnées pour le caractère

innovant du projet déjà très avancé qu'elles proposaient, bien sûr, mais aussi et surtout, parce qu'elles sont des structures à fort potentiel de création d'emplois, c'est-à-dire avec une prévision de création d'au moins dix emplois dans les cinq années à venir. Aujourd'hui quatre start-up sont incubées au Cnam.

Très concrètement, elles bénéficieront, pendant 6 à 18 mois, des quatre offres proposées par l'incubateur : à commencer par l'hébergement et ce, en « résidence » pour 400 à 600€ par mois ou en « nomade » pour 1 200€ par an.

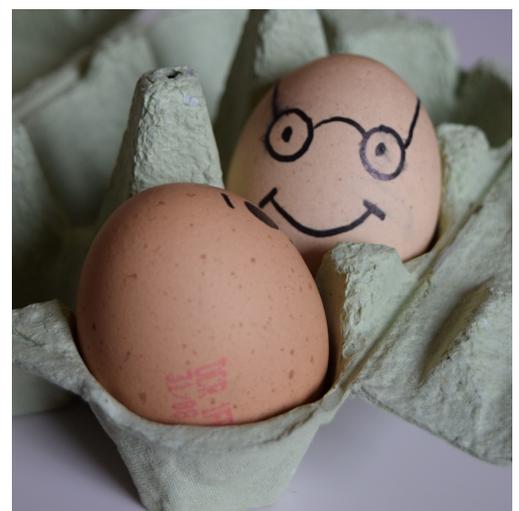
Ensuite, à chaque projet est attaché un.e référent.e du Cnam qui accompagnera l'entrepreneur.e durant toute sa période d'incubation. Il peut s'agir d'un.e enseignant.e-chercheur.e du Cnam dont la spécialité, la discipline ou le domaine de recherche est en lien avec le projet développé.

Sabrina Krouri accompagne les entrepreneur.e.s pour le montage financier du projet : *business plan*, levée de fonds, étude de la faisabilité économique et commerciale, démarche de prospection commerciale, plan de gestion, etc.

Enfin, l'offre de conseil est complétée par les permanences d'expertise régulière d'avocat.e.s et d'expert.e.s comptables.

La 3ème offre proposée par l'incubateur est une offre d'accompagnement pratique : il s'agit de quatre ateliers-actions orientés sur le développement commercial et quatre autres, sur le financement d'entreprise et les « *pitch investisseurs* ».

Sabrina Krouri a développé ces ateliers sur la base de son expérience : « Cela fait treize ans que je fais ce métier d'accompagnement de création



d'entreprise et j'ai observé que c'est dans la partie commerciale que les entrepreneur.e.s rencontrent souvent des difficultés. J'ai rencontré beaucoup d'entrepreneur.e.s talentueux.ses qui développaient des projets ingénieux mais n'étaient pas capables de les vendre. »

Ces ateliers sont des mises en pratique réelles en présence de business angels et d'autres professionnel.le.s du financement de l'entreprise.

Enfin, la 4ème offre est un éventail de services associés : l'accès à un espace *B to B* (base de données pour la constitution des fichiers de prospection) – particularité de l'incubateur du Cnam, aide à la prospection (réunion et *coaching*) et aussi possibilité d'un laboratoire du Cnam si le projet développé s'y prête.



En plus de cet accompagnement régulier, seront organisés des Cnam *business meetings* permettant aux entrepreneur.e.s d'échanger leurs cartes de visite mais aussi de partager leurs expériences, des conférences thématiques dont une spécialement axée sur une question non soulevée actuellement : comment les entrepreneur.e.s réussissent à passer d'un.e visiteur.euse sur leur site à 100, puis 1000, puis 100 000, etc. ? Sabrina Krouri remarque qu'« aujourd'hui les entrepreneur.e.s témoignent le font alors qu'ils ont déjà un taux de fréquentation de leur site très élevé. Et grâce à cela, ils arrivent à convaincre des *business angels*. Nous, ce que nous voulons savoir, c'est comment ils ont fait pour passer de 0 à 10 000 visiteur.euse.s. Qu'on nous livre enfin les vrais secrets ! ». Et enfin, du *pitch training* inspiré du concours [Ma thèse en 180 secondes](#) : présenter son projet d'entreprise en 3 minutes. « Je crois à l'utilisation des techniques du théâtre et je pense que cela changera de ce que l'on voit d'habitude comme speech dans entrepreneuriat. » résume Sabrina Krouri avant de conclure notre entretien :

« Tout ça c'est pour le démarrage. Nous ne savons pas encore comment cela évoluera l'année prochaine. Nous aimerions nous agrandir et pouvoir ainsi accueillir plus de jeunes pousses dans notre incubateur ! » Alors chercheur.e.s, gardez un œil sur l'incubateur, il se pourrait que vous apportiez un jour votre contribution au projet !



## E t e n b o n u s . . . Le petit lexique « fran-anglais » du monde de l'entrepreneuriat innovant

**Parce que :** « Je te retrouve pour un *business meeting* sur le *B to B* à l'espace de *coworking* puis on fonce parler à notre *business angel* de notre campagne de *crowdfunding* et on finit par un *pitch training* ! » **C'est pas possible !**

### **B to B**

Comprendre « business to business » ou en français « inter-entreprises ». Des professionnel.le.s s'adressent à des professionnel.le.s. On l'oppose au *B to C*, « business to consumers », désignant les relations directes entre entreprises et consommateur.rice.s.

### ***Business angel***

Littéralement, « investisseur providentiel ». La réalité est plus profane ; c'est un.e investisseur.e qui en plus d'investir de l'argent dans une entreprise innovante, met à disposition de l'entrepreneur.e ses compétences, son expérience, ses réseaux et aussi, et surtout, son temps !

### ***Business meeting***

On ferait mieux de parler en français car selon les cas, il s'agit d'un rendez-vous d'affaires, d'un voyage d'affaires, d'une réunion de travail ou encore d'une rencontre-client...

### ***Business plan***

C'est l'outil qui permet d'approfondir un projet tout au long de sa conception, de juger de sa faisabilité et de suivre la trajectoire réaliste de son évolution. Sa réalisation fait passer le projet de notre entrepreneur.e du stade d'idée à quelque chose de plus formel et concret. Enfin, c'est aussi le nerf de la guerre car il doit donner une idée précise du projet dans le but de séduire les investisseur.e.s.

Nous pourrions le traduire par « plan d'affaires » ou « plan de développement ».

### ***Coaching & training***

Tel un sportif de haut-niveau, notre entrepreneur.e va être pris.e en main pour un accompagnement personnalisé : réalisation de son *business plan*, expression orale et gestuelle lors de ses prises de parole, gestion du stress, prospection téléphonique de nouveaux.elles client.e.s, etc. Rien ne sera laissé au hasard ; avoir un beau projet ne suffit pas, il faut savoir le vendre !

### ***Coworking (espace de)***

Bureaux (souvent *design* et « lookés ») mis à disposition des entrepreneur.e.s. Mais aussi, par exemple, des salles de réunions ou des espaces pour rencontrer ses investisseur.e.s et/ou client.e.s. C'est mieux que dans la cuisine de son studio parisien !

### ***Crowdfunding***

En français, le terme existe, c'est le financement participatif. Il s'agit de présenter un projet au plus grand nombre par le biais de plateformes web, afin de donner envie à tout un chacun d'investir dans un projet et ce, parfois, de façon totalement désintéressée.

### ***Pitch project***

Pitcher son projet c'est être capable, en moins de 3 minutes d'en faire un résumé complet, d'en montrer la viabilité, l'utilité et le potentiel en termes de bénéfices financiers, de création d'emplois... De le rendre sexy en fait, afin que des investisseur.e.s se jettent dessus !

### ***Pushing***

Littéralement il s'agit de «faire pression», «forcer la main». Dans le monde de l'entreprise, on parlera plutôt de pousser un produit auprès de quelqu'un qui n'aurait pas forcément pensé à s'y intéresser. Créer l'envie, le besoin. Pour les puristes, on parlera de « stratégie de pression ».

### ***Start-up... pour finir par le plus important !***

Le dictionnaire Larousse (oui, il est à la page), nous dit : Jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies. Recommandation officielle : jeune pousse. Fin de citation. Patrick Fridenson, historien des entreprises et directeur d'études à l'EHESS, la définit en trois points : la perspective d'une forte croissance, l'usage d'une technologie nouvelle et le besoin d'un financement massif, par des levées de fonds ( s o u r c e ) .

Traduisons sobrement le terme : dans « start-up » il y a l'idée de démarrage, *start*, et l'idée de croissance forte, *up*. Il s'agit donc d'une jeune entreprise à fort et rapide potentiel !



[+ Rendez-vous sur la page web de l'incubateur du Cnam !](#)