

Boire et Déboires de créateur d'entreprise

By **Thierry Gaillard**, www.linkedin.com
octobre 20, 2016



Interview d'Éric Baetens, jeune créateur d'entreprise du voyage

J'ai rencontré Éric alors qu'il suivait une formation professionnelle à l'Escaet en vue de créer son agence de voyages sur mesure. Je lui ai alors proposé de l'accompagner pour lui faire bénéficier de ma propre expérience d'entrepreneur. J'ai souhaité l'interviewer après quelques mois d'activité pour qu'il nous livre sa façon de percevoir le secteur du tourisme.

Bonjour Éric, peux-tu te présenter et nous dire qui tu es ?

J'ai 54 ans et j'habite à Évian-les-Bains en Haute-Savoie. J'ai une formation d'ingénieur des Mines et je possède un doctorat en géologie. J'ai travaillé pendant 25 ans au sein du groupe Danone où j'ai suivi un parcours multifonctionnel : Recherche & Développement, IT, Qualité, Logistique et Supply Chain dans un contexte international (planification, pilotage et gestion opérationnelle des flux, Customer Service).

Si je comprends bien, tu ne viens pas du tout du milieu du tourisme. Qu'est-ce qui t'a convaincu de créer une entreprise dans ce secteur ?

En premier lieu, ma passion pour les voyages et l'univers du « travel ». J'avais envie de les faire partager et de « professionnaliser » une activité, jusque-là bénévole, d'organisation de voyages. Et puis, après une riche carrière en entreprise, j'ai eu envie de me lancer dans un autre voyage : l'entrepreneuriat !

Depuis combien de temps as-tu créé Éric & The Trip et quel est ton business model ?

J'ai créé ma société à actions simplifiées unipersonnelle, il y a un an. Puis j'ai obtenu l'immatriculation Atout France me permettant d'exercer comme agent de voyage en janvier 2016. Mon site internet, www.ericandthetrip.com, est opérationnel depuis le mois d'avril qui est donc ma véritable date de démarrage.

En matière de business model, mon entreprise est une agence de voyages 100% sur mesure (je pars d'une feuille blanche...). Je pratique le « conseil » jusqu'à la vente du voyage tout compris (avec ou sans vol). Pour réduire les coûts, j'ai choisi de ne pas avoir d'agence physique mais par contre j'ai des contacts directs qui vont jusqu'au déplacement chez le client.

Je vise une clientèle qui d'une part n'a souvent ni le temps, ni l'envie, ni l'expertise lui permettant de se construire elle-même son voyage sur mesure et qui, d'autre part, refuse le « tout Internet » au profit d'une relation privilégiée avec un interlocuteur unique qui accompagne, conseille, rassure aussi bien avant, pendant qu'après le voyage.

Pourquoi avoir choisi de créer une agence de voyages online plutôt qu'une entreprise technologique ?

J'ai la passion du client et du partage d'expérience. Je pense que l'humain a encore un bel avenir dans ce métier et que lorsque l'on propose un vrai service et une véritable valeur ajoutée, l'intermédiation a encore du sens surtout pour les « artisans du voyage » tel que moi. À mon sens, il y a un fourmillement de start-up digitales dans le « travel » ce qui suppose d'avoir la bonne idée (que je n'avais pas) pour survivre. Et souvent cela nécessite d'effectuer tôt ou tard de lourds investissements en opposition à ma structure « légère et agile ».

Quels sont les points forts de ton entreprise qui devrait convaincre les lecteurs de réserver leur prochain voyage avec toi ?

- Tout d'abord, ma passion pour les voyages mais également pour leur préparation et leur organisation,
- il y a aussi une expérience personnelle de voyageur et une expertise très diversifiée (55 pays, à la fois voyage « pro » et « loisir », individuel et famille, luxe et « roots »). Sur le blog de mon site internet, figurent exclusivement des inspirations que j'ai personnellement « vécues »,
- Le sens de ma signature : « plus qu'un voyage, le vôtre ». Je place le client au centre de ma démarche. Je co-construis et personnalise son voyage avec lui en respectant le cadre du budget alloué. Le « produit » vient ensuite... Je n'aurais par exemple aucune valeur ajoutée à proposer un séjour all-inclusive dans un hôtel-club,
- Une totale liberté et indépendance dans le choix de mes partenaires en particulier concernant les réceptifs à l'étranger,
- Les compétences acquises dans ma vie professionnelle passée que je mets au service du voyageur : organisation et planification (donc anticipation et rigueur), mais également « agilité » (flexibilité et réactivité dans la gestion éventuelle des aléas), démarche qualité omniprésente (process d'amélioration continue), orientation client et sens du service acquit au contact du marché japonais que je connais bien.
- Enfin, il y a ma curiosité qui fait que je suis à l'affût de toutes les innovations du monde du voyage (technologie, start-up, blogs, nouvelles destinations et offres aériennes...) avec l'objectif d'en faire profiter au plus vite mes clients.

Quelles sont les principales difficultés que tu as rencontrées au départ ?

N'étant pas issu du monde du « travel », j'ai souhaité décrypter ce milieu complexe et en pleine « révolution » grâce à une formation à l'Escaet. Cela m'a permis d'affiner mon offre et de mieux la positionner dans un milieu très concurrentiel.

En revanche, autant le monde du « travel » a réussi à impulser une vraie dynamique autour des start-up technologiques, autant lorsque l'on crée une entreprise avec un modèle plus classique, et même si on essaye de se démarquer, c'est moins simple car les relais sont plus rares (heureusement que l'on rencontre des personnes comme toi, Thierry, capable de faire bénéficier de leur expérience les nouveaux entrants) .

D'une manière générale, la gestion du temps est un sujet complexe lorsque l'on est seul en phase de création, car les sujets à traiter et le temps à leur consacrer sont en constante évolution. L'une des difficultés rencontrées a aussi été de me « recréer » un réseau professionnel dans un milieu qui n'était pas le mien à l'origine. Cela aussi demande du temps et un investissement personnel important. C'est pour cette raison que je suis perpétuellement en veille, que je participe fréquemment à des salons, rencontres, et que je n'hésite pas à solliciter (notamment via LinkedIn) tous les contacts qui me semblent susceptibles de m'accompagner dans mon projet.

À ton avis, quelles sont les choses que l'on pourrait améliorer pour faciliter la création d'entreprise ?

Toutes les phases menant à la création sont, à mon sens, bien balisées et bien cadrées, notamment via les offres des Chambres du Commerce et de l'Industrie. Mais ensuite, le créateur est bien plus « livré à lui-même » tant sur les sujets techniques (exemples : moyens de paiement, rédaction des CGV, etc), que ceux liés à la commercialisation de son offre (avec notamment toutes les évolutions liées aux réseaux sociaux). J'ajouterais que c'est d'autant plus difficile si on est en province et si on n'a pas le statut de « start-up

».

Dans mon secteur (agence de voyages), l'obtention de la garantie financière, indispensable pour obtenir l'immatriculation Atout France permettant d'exercer, est un véritable parcours du combattant, et peut vite se révéler un obstacle insurmontable notamment pour celles et ceux qui n'ont pas une assise financière suffisante.

Quelles sont les choses qui t'ont le plus surpris quand tu as découvert l'industrie du tourisme ?

Les points que je vais citer constituent en quelque sorte « un rapport d'étonnement » et sont à considérer dans cette perspective ... :

- Davantage encore que dans d'autres secteurs, le contraste entre « la vieille et la nouvelle économie » dans le monde du voyage : d'un côté un fourmillement de start-up, une offre collaborative qui explose, l'importance grandissante des réseaux sociaux, des blogs de voyages, etc. Et de l'autre, un univers qui me semble souvent (sauf à quelques exceptions notables) très traditionnel et cloisonné, à la fois sur le plan technologique, organisationnel (combats d'arrière-garde producteurs vs distributeurs, organismes institutionnels peu tournés vers le futur, absence de vision), et de l'offre (le vocabulaire employé est symptomatique : « agences », « brochures », « forfaits », « carnets de voyage », « voucher », « vitrophanie », etc). Et ces deux mondes ne se parlent presque pas !
- Le décalage entre les outils grand public et ceux, insuffisants et en retard dont disposent les pros.
- La complexité (avec d'ailleurs des points qui restent « flous ») de certains aspects du métier : juridiques (droit du tourisme), économique (TVA), etc,
- Un univers passionnant car en permanente évolution, à la fois dans le domaine des attentes des clients, des moyens technologiques (e-tourisme), organisationnels (type uberisation), des impacts géopolitiques sur l'offre,
- Une vision très franco-française (un comble pour le monde du voyage !)
- Une caricature des entreprises françaises : sous-représentation des femmes et des jeunes dans les postes à responsabilités.
- Une industrie qui semble peu intéresser les « élites » (y compris au niveau éducatif dans les formations les plus réputées), sans doute, la conséquence du fameux « mythe du laquais » et du fait qu'en France tout ce qui est lié de près ou de loin à la notion de service ne soit pas considéré.

As-tu un souhait à formuler pour l'avenir ?

Je souhaiterais pouvoir inclure facilement et rapidement dans mon offre, toutes les innovations qui généralement sont d'abord offertes en BtoC. J'aimerais que les « jeunes » entreprises du tourisme « non digitales » du monde du voyage soient mieux intégrées et accompagnées par leurs pairs et aient davantage la possibilité de se rencontrer. Bien sûr, je voudrais continuer de voyager afin de faire profiter mes clients de mes découvertes ! Et enfin, de devoir être « contraint » d'embaucher... ce serait la preuve du succès de mon entreprise !

Propos recueillis par Thierry Gaillard. N'hésitez pas à laisser un commentaire et à me suivre sur LinkedIn.

Où réserver vos prochaines vacances ? <http://www.ericandthetrip.com/>

Si vous aimez cet article, merci de le partager sur LinkedIn.