

Histoires d'entrepreneurs



Nicolas Demic

Guillaume Lecointre LECOINTRE PARIS



2007, le Gouvernement annonce l'application prochaine d'une loi visant l'interdiction de fumer dans les lieux publics. Guillaume Lecointre, alors étudiant, se demande comment il pourra fumer sa cigarette en buvant son café dans le bistro à côté de la fac. Cette interrogation le mène à développer une idée de business simple mais efficace : créer des stands mobiles placés dans la rue où l'on pourrait acheter du café. Guillaume développe son idée, la teste et réalise des études marketing autour de son projet. Il gagne le concours « Envie d'agir » et obtient ainsi une subvention régionale et beaucoup de crédibilité.

Aujourd'hui des stands Lecointre Paris sont présents aux quatre coins de la Défense. Ces stands, inspirés par les « corner » dans lesquels on peut acheter des hot-dogs dans les rues de New York, proposent des produits de grande qualité, souvent issus du commerce équitable ou de production biologique. La création des stands, l'achat et la conservation des stocks de produits, l'embauche de personnel pour chaque stand... tout cela a un coût ! Guillaume décide donc de s'associer dans cette entreprise avec un ami d'enfance qui apporte suffisamment d'argent pour que l'activité puisse démarrer. L'activité se développe et il décide de s'agrandir. Il réussit alors à séduire des Business Angels qu'il a connus grâce au club d'entrepreneurs qu'il fréquente. Cette levée de fonds lui permet de développer l'entreprise et de projeter aujourd'hui l'ouverture de nouveaux points de vente sur Paris ou dans le cadre d'évènements.

Affaire à suivre... ▲

www.lecointreparis.com

Sara Panichi MAMMA FASHION

Souvenez-vous de Sara Panichi, cette entrepreneuse débordante d'idée et d'enthousiasme. Son entreprise, Mamma Fashion propose des vêtements tendances pour femmes enceintes dans une boutique à Paris et sur son site Internet. Aujourd'hui, où en est le développement de son entreprise ? Sara a déjà réalisé une première levée de fonds grâce à l'entrée d'une associée dirigeante et de deux autres investisseurs financiers. Actuellement, elle négocie avec un fonds institutionnel pour obtenir une levée de fonds plus importante... mais pas à n'importe quel prix ! Elle souhaite que les exigences des investisseurs correspondent à ses projets pour l'entreprise. Sara passe désormais beaucoup de temps à retravailler sans cesse son business plan en fonction des attentes des business angels. Grâce à la première levée de fonds, elle a pu étoffer son équipe et prendre des bureaux. Elle se fait aider par un expert en développement de boutiques qui l'aiguille dans ses recherches de boutiques. Ses nouveaux défis ? Ouvrir cette année une nouvelle boutique et embaucher un responsable e-marketing qui prendra en charge le développement des ventes sur le web. ▲



www.mammafashion.com