

# Ces ados qui se la jouent comme Jobs ou Zuckerberg

Ils sont encore à l'école et déjà chefs d'entreprise. Inspirés par les «success stories» de la Silicon Valley, ces patrons adolescents de la génération Y révolutionnent l'art d'entreprendre. Mais gare à l'illusion de réussite. ***Par Mehdi Atmani***

L'emblématique patron d'Apple comme modèle de réussite. Depuis ses 14 ans, le Britannique Christian Owens ne jure que par feu Steve Jobs. Nous sommes en 2008, dans la banlieue de Londres. Inspiré par son mentor californien, Christian Owen décide lui aussi de lancer sa propre entreprise. Son idée? La commercialisation de ce qu'il baptise la «Mac Bundle Box», c'est-à-dire un pack composé d'une dizaine de logiciels utilitaires pour Mac à un prix défiant toute concurrence. L'écolier l'ignore encore, mais il esquisse, dans sa chambre d'adolescent, la trajectoire d'une *success story* qui le rendra multimillionnaire avant ses 18 ans.

Après l'école, lorsque ses camarades du collège titillent le ballon de foot, Christian Owens négocie avec les développeurs de logiciels pour qu'ils cassent leur prix de vente en leur vantant son offre: vendre moins cher, mais à très grande échelle. Il commercialisera son Mac Bundle Box à 49 dollars. Achetés séparément, les logiciels reviendraient à plus de 400 dollars pour les clients. L'écolier les appâte grâce à son site internet dont les codes graphiques s'inspirent de l'univers d'Apple. Les clients mordent à l'hameçon.

Le parcours de Christian Owens a, depuis, fait le tour du monde. Tout comme celui de son compatriote Nick D'Aloisio qui, à 17 ans, a vendu son application Summly à

Yahoo! pour 30 millions de dollars. Mais aussi celui de l'Américain Zachary Marks, fondateur adolescent de Grom Social, le Facebook réservé aux moins de 15 ans. Christian, Nick, Zachary, trois figures emblématiques de *teen* entrepreneurs. Ces enfants de la génération Y ont entre 14 et 16 ans, parfois 12 ans pour les plus précoces. Nés avec internet, ils ne rêvent plus de carrière dans une grande entreprise et de ses structures parfois archaïques.

**«Nés avec internet, ils ne rêvent plus de carrière dans un grand groupe.»**

Dans une économie en crise, face à la hausse du taux de chômage chez les moins de 25 ans, l'indépendance devient pour eux une véritable option professionnelle. Surtout, la génération Y maîtrise l'innovation technologique et intègre les nouvelles données économiques. C'est donc sur internet que ces graines d'entrepreneur testent leur idée, élaborent leur projet, recrutent des compétences et pallient leur inexpérience de futurs CEO. Une évolution prise

en compte par les écoles et l'économie qui accompagnent leurs premiers pas.

Depuis le 1er janvier 2011, la France, par exemple, autorise les mineurs à monter leur société dès l'âge de 16 ans, à condition qu'ils aient l'autorisation de leurs parents. A l'époque, 24% des créateurs d'entreprise avaient moins de 30 ans, et 9% avaient moins de 25 ans. Une tendance au rajeunissement qui ne fait que s'accroître, puisque désormais il n'est plus nécessaire de compter quinze ans d'expérience avant de lancer son affaire. Un jeune ne risque pas grand-chose en cas d'échec; cette première expérience pourra même être valorisée sur un CV.

## **Pas de culture suisse du risque**

En Suisse, les *teen* entrepreneurs sont une denrée rare. «Nous sommes victimes du syndrome du pays riche, expliquent David Narr et Bastien Bovy, coachs en création d'entreprise chez Genilem, l'association à but non lucratif dont la mission est d'accompagner de jeunes sociétés innovantes. Les différentes filières de formation sont performantes, le taux de chômage est bas. Les jeunes ont des chances de trouver un métier après leurs études. Alors, la prise de risque est moins intéressante dans ce contexte.»

La prise de risque, une culture que la Suisse ne possède pas. «L'échec peut être mal perçu ou vécu, souligne Bastien Bovy. ▶

**Oleg Gafner et  
Freddie Bussy.**

*Après avoir lancé un festival de musique classique, le premier poursuit ses études tandis que le second gère la marque de montre qu'il a créée il y a 6 ans.*



Photos: S. Liphardt

# «Un touche-à-tout qui va au bout de ses idées»

Oleg Gafner, 14 ans, a fondé un festival de musique classique à Lausanne. Pari gagné et prochaine édition cette année.

*Le cerveau d'Oleg Gafner tourne à mille à l'heure. Le Lausannois de 14 ans le reconnaît sans détour: il a parfois de la peine à «canaliser ce trop-plein d'idées». En 2014, le collégien en a une bonne. Oleg séjourne alors en famille, du côté de la Haute-Savoie, pour assister au festival de musique classique dans lequel sa grande sœur se produit. L'adolescent a alors une illumination: «Créer un festival de musique classique destiné aux jeunes musiciens.» Dans la tête de l'adolescent, le projet est encore flou. Peu importe, il part en quête de financement.*

*De retour à Lausanne, il écrit une lettre «bourrée de fautes d'orthographe» au syndic Daniel Brélaz. Oleg ne passe pas par quatre chemins: «Je suis jeune, musicien, je veux organiser un festival de musique classique et j'ai besoin d'argent», résume l'adolescent. Trois mois plus tard, il reçoit une réponse d'Oscar Tosato, le municipal chargé de l'Enfance, de la jeunesse et de l'éducation. La Ville entend soutenir le projet pour autant qu'elle reçoive un dossier complet. Oleg le baptisera Festival 4 Saisons.*

## **Cuvée 2016 prévue**

*Deux jours et une nuit durant, l'adolescent planche sur son projet. «C'était important qu'il passe la rampe. Sans le soutien de Lausanne, je ne pouvais pas solliciter des aides privées.» Oleg finit par défendre son dossier devant une commission d'attribution des fonds pour les jeunes. Il touchera 2500 francs de la Ville. Et un peu plus grâce au soutien du canton de Vaud et du Pour-cent culturel Migros. La Maison de quartier de la Pontaise lui prête sa salle. Démarre alors le «ramdam juridique»: la création de l'association, la rédaction des statuts... j'ai dû apprendre des*



*choses complètement nouvelles.» En parallèle, l'association d'Oleg prospecte les 30 musiciens pour les quatre concerts prévus dans la programmation. L'adolescent fait preuve d'audace et de stratégie. Il organisera son festival le 14 mars 2015, soit en amont des concours annuels de musique classique. «Les musiciens viennent donc roder leur programme dans notre festival.» Pari gagné. Oleg génère un bénéfice de 4000 francs à l'issue de la première édition. De quoi préparer la cuvée 2016 sous les meilleurs auspices. La Ville de Lausanne a d'ores et déjà doublé son investissement. Quant à Oleg, il ouvre davantage sa programmation aux musiciens de toute la Suisse. Pourtant, face à cet engouement, l'adolescent ne se rêve pas en patron de festival. Dans un an, il entrera au gymnase. «Je continuerai le festival, mais je ne sais pas encore sous quelle forme.» Oleg Gafner vise l'université, «en sciences politiques et en géographie.» Un futur métier? «Je me vois bien dans l'aménagement du territoire ou l'urbanisme.»*

► Les jeunes Suisses sont conditionnés par la notion de réussite. L'école note et contraint au redoublement en cas d'échec. Un individu qui échoue pourrait être stigmatisé. Or, il convient de considérer ces échecs et ces erreurs comme des sources d'apprentissage.» David Narr ajoute: «Il faut présenter davantage l'entrepreneuriat comme une alternative crédible. Aujourd'hui, si les jeunes n'ont pas des parents indépendants, c'est plutôt difficile pour eux d'imaginer que l'on peut vivre de son entreprise. Les mentalités doivent changer.»

Mais gare à l'illusion de réussite. Au sein des *teen* entrepreneurs, seuls quelques élus deviendront les futurs Mark Zuckerberg. Les autres seront stoppés net dans leur rêve d'indépendance. A 24 ans, Geoffrey Raposo en a fait l'amère expérience. En 2012, cet entrepreneur et consultant web indépendant participe au start-up week-end de l'EPFL. Il y rencontre ses deux futurs associés avec qui il lance, l'année suivante, TeachCycle. Ce réseau social invite les utilisateurs à suivre et proposer des cours de maths, cuisine, chinois, yoga ou samba. Quatre mois plus tard, les trois start-upers arrêtent tout. La société est aujourd'hui en dissolution.

Avec le recul, Geoffrey Raposo reconnaît que «tous les signaux étaient au rouge, mais nous ne les avons pas vus.» Il tire cette leçon à la fin de l'année 2013. Le jeune papa s'envole alors pour la Silicon Valley dans le cadre d'un camp organisé par la BCV. Cette immersion dans les start-up californiennes lui confirme qu'il a fait «plein d'erreurs avec TeachCycle. Il n'y avait pas de marché, pas assez de cours et de retours d'expérience utilisateur.» Malgré l'échec, Geoffrey Raposo n'est pas vacciné contre l'entrepreneuriat et compte bien concrétiser plusieurs projets.

## **Des initiatives émergent**

En Suisse, les lignes bougent doucement. Plusieurs initiatives voient le jour dès l'école pour accompagner les jeunes dans leur désir d'entreprendre, et ainsi minimiser le taux d'échecs. A l'instar de Young Enterprise Switzerland. Depuis 1999, cette organisation thurgovienne forme gratuitement les 9-15 ans à la création d'entreprise. A raison de deux heures par semaine dans le programme

scolaire, «ces adolescents apprennent à trouver la bonne idée, à la développer, mais aussi les rudiments d'une étude de marché», explique Johanna Lauber, porte-parole de Young Enterprise Switzerland.

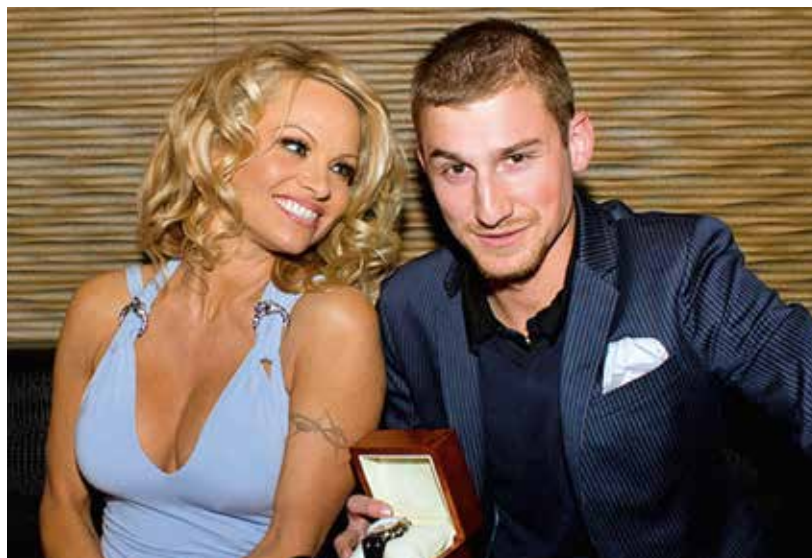
Autre programme qui se destine aux 15 à 18 ans, payant cette fois-ci, mais financé par des sponsors: à Zurich, durant toute une année scolaire, les lycéens développent un produit ou un service de A à Z, de l'idée à la commercialisation. A la fin du premier semestre, les projets sont jugés par le marché, dans le cadre de la foire annuelle zurichoise dédiée aux start-up et à l'innovation. A l'issue du concours, la grande majorité des participants retournent à leurs études. «Mais nous sommes persuadés qu'une poignée d'entre eux lanceront leur projet une fois leur diplôme en poche.»

En Suisse romande, les rares programmes similaires se cantonnent aux écoles privées. C'est le cas de «Graines d'Entrepreneurs». Depuis la rentrée scolaire 2015, Laurence Halifi et Nadine Reichenthal forment des élèves à l'entrepreneuriat, au sein d'un atelier extrascolaire du collège Champittet, à Pully. La première est entrepreneure. La seconde enseigne à HEC Lausanne tout en accompagnant, depuis dix ans, les start-upers romands. Le pari des deux femmes? Démontrer qu'il n'y a pas d'âge pour comprendre comment entreprendre.

Sur le campus de Champittet, elles accueillent ainsi tous les élèves motivés de la région, dès 11 ans, scolarisés ou non dans l'établissement. Elles leur inculquent l'envie d'entreprendre un projet, et les forment aux outils pour le réaliser. «Les jeunes expérimentent en équipe toutes les étapes nécessaires d'une création d'entreprise», indique Laurence Halifi. Le programme «Graines d'Entrepreneurs» souhaite s'étendre à d'autres cantons. Laurence Halifi et Nadine Reichenthal ont comme ambition d'intégrer à terme l'entrepreneuriat à l'école publique, mais elles déplorent l'absence de volonté politique. «Notre but est aussi de remotiver des enfants dont la plupart ne trouvent pas leur place dans le système scolaire classique. Après l'école, ceux qui se révéleront entrepreneurs sauront déjà la marche à suivre pour s'accomplir.» Qui sait, peut-être un jour les futurs Steve Jobs et Mark Zuckerberg. ■

## «Parmi mes ambassadeurs, Pamela Anderson»

Freddie Bussy lance sa propre marque de montre à 16 ans. Six ans plus tard, son affaire affiche une parfaite santé économique.



*Freddie Bussy ne doute de rien. Surtout pas de lui-même. Une qualité nécessaire lorsque l'on s'immerge dans le monde des affaires à 16 ans. C'était en 2010. Le natif de Chavornay décide de lancer sa propre marque de montres: Bussy Watches. Sans étude de marché et surtout sans connaître le moindre rouage de l'univers horloger. «La fougue de l'inconscience et la jeunesse», dit-il.*

*Mais Freddie Bussy a l'entrepreneuriat dans les gènes. Ce fils d'indépendants mettra six mois à trouver un fournisseur prêt à lui livrer de petites quantités de montres de qualité suisse à un prix abordable. «J'ai passé une première commande de 50 exemplaires d'un modèle homme. Je n'avais même pas les fonds pour honorer la facture dans les 30 jours. Mais j'y suis arrivé.» L'adolescent s'entoure de son frère John pour monter sa société individuelle. «On écoutait nos montres basiques 150 francs pièce. Nous ne connaissions pas les marges en vigueur dans l'horlogerie, plaisante-t-il aujourd'hui.» Six ans plus tard, Freddie Bussy reste discret sur son chiffre d'affaires.*

*Mais son entreprise affiche une parfaite santé économique. Elle compte plusieurs ambassadeurs, dont Pamela Anderson, mais aussi des animateurs de M6. «Mes journées sont faites d'opportunités que j'essaie de saisir.» Le jeune homme de 22 ans vit aujourd'hui de sa marque. Il a même diversifié ses activités via la commercialisation de champagne et de vodka à son nom. Freddie Bussy s'est construit seul, sans le soutien d'organismes, de banques ou des parents. Dans les affaires, il assume une vision très libérale. «Je reste le seul maître à bord dans mon projet. Au début, j'ai perdu un peu d'argent en faisant confiance à des personnes plus âgées qui voulaient m'aider. J'étais naïf», se remémore-t-il. Freddie Bussy ne participe jamais à des grands raouts d'entrepreneurs. Il préfère user de son charisme pour trouver de nouveaux débouchés commerciaux. Son secret? «Un effort professionnel sur l'habillement, la communication et la culture générale. Face à moi, le client ne doit pas se dire: «Tiens, c'est un minet!»*