

## Les tendances et marchés porteurs



Françoise Savés

<http://marchesdufutur.blogspirit.com>

**CV :** Françoise Savés est présidente du Comité création et développement des entreprises au sein de l'Ordre des experts-comptables. Elle y est à l'origine d'une initiative : l'étude sur les marchés du futur. La dernière enquête de mai 2008 est en ligne sur le site dédié (<http://marchesdufutur.blogspirit.com>) Elle est expert-comptable à Bordeaux Mérignac.

### Interview :

**Peut-on encore évoquer le thème des secteurs porteurs alors que nous sommes en pleine crise ?**

Oui, il faut observer d'autant plus ce qui se passe et notamment les comportements des consommateurs ! C'est l'objet de l'étude sur les marchés du futur. On se trouve dans une période de crise, mais le consommateur a des besoins, les gens ont envie d'autre chose... cela, notre enquête de mai dernier le mettait déjà en valeur ! L'hyper société de consommation ne va pas disparaître du jour au lendemain, mais il y a des signaux forts qui montrent de nouvelles aspirations.

Et d'ailleurs cette crise est-elle vraiment nouvelle ? On a déjà connu la "bulle internet". La crise actuelle était attendue, on vivait avec une bulle de spéculation au-dessus de nos têtes, avec de faux repères, notamment par rapport au travail...

La vraie surprise, c'est la profondeur de cette crise. Que les banques fassent faillite... qui aurait pu l'imaginer ?!! On assiste à une perte de croyance profonde. Les gens sont perturbés, notamment les plus vulnérables, et ils n'ont plus le moral.

## **Vous êtes expert-comptable, en contact avec les TPE et PME de votre région : comment vos clients perçoivent-ils cette crise ?**

Dans leur grande majorité, nos clients TPE et PME sont des entreprises existantes qui ont, de toute façon, peu recours au crédit. Ou alors, il s'agit pour elles d'acheter un nouveau véhicule utilitaire, de changer d'ordinateur... Elles vont alors voir leur banquier, établissent un prévisionnel avec l'expert comptable et cela se passe sans difficultés. Du reste, des mesures ont été prises par les pouvoirs publics, par Oseo, etc.

Le vrai souci pour les TPE et PME, dont je m'occupe, ce sont les clients : la baisse de la consommation. Depuis le mois d'août les gens ne consomment pas, et ce malgré les promotions... Or, il est impératif que la consommation se maintienne. Ce n'est pas d'argent dont ont besoin les entreprises, c'est de commandes, de recettes !

## **On sait que vous êtes particulièrement impliquée, voire passionnée par la création d'entreprise. C'était déjà le thème de votre mémoire de fin d'études il y a 20 ans ! Vous avez convaincu l'Ordre des experts comptables de consacrer des moyens sur les secteurs porteurs en faisant réaliser une étude de prospective. Pourquoi tout ceci ?**

Le TPE et les PME que nous accompagnons n'ont pas le temps ni les moyens de réfléchir à la prospective, de faire de la veille stratégique... Le rôle d'un expert comptable est déjà celui de faire du conseil de proximité (en fiscalité, en gestion de patrimoine, en matière de retraite notamment) au-delà de l'approche purement comptable. Il me semblait naturel de compléter ainsi notre mission de conseil.

## **Concrètement qui rédige cette étude et comment ?**

Cette étude a d'abord été conduite début 2003 et présentée lors du congrès des experts-comptables qui s'est tenu à Paris, en octobre de la même année.

Elle est depuis actualisée avec l'aide de conseils en prospective, de sociologues, de personnes qui travaillent pour la plupart pour les grands groupes, les réseaux et les enseignes, de grands voyageurs aussi... Ils observent le consommateur partout dans le monde et nous ramènent des analyses où la sociologie tient toute sa place, avant d'être traduite par des axes de réflexion plus économiques. Objectif : anticiper les besoins des consommateurs.

Deux ou trois fois par an, je me mets autour de la table avec ces experts et la poursuite de nos échanges donne lieu à des publications [sur le site dédié](#).

Tout ceci se fait également avec une petite cellule de veille animée au Conseil Supérieur par René Durringer, directeur du Congrès.

De mon côté, je participe aux principaux salons de la création d'entreprise afin de présenter les résultats de nos réflexions. Je les fais également partager à mes collègues experts-comptables lors de réunions régionales, avec à mes côtés tel ou tel créateur qui a créé une activité dans ces nouveaux business.

J'utilise également les remontées importantes que nous avons grâce au [concours Cré'ACC](#), grand concours national d'aide à la création d'entreprises sur Internet, que nous avons mis en place en partenariat avec l'APCE. Ce concours ouvre de réelles opportunités aux créateurs d'entreprises.

**La dernière version des marchés du futur "tendances 2008/2012" a comme sous-titre : "L'ère des mutations positives". Quelle en est la raison ?**

Plus on parle de mondialisation, plus les mots clefs qui reviennent sont liés à l'humain, le besoin de l'humain, du local, du face à face. ..Tel est l'un des paradoxes de notre époque ! Il s'agit d'une mutation positive, en ce sens que face à un monde et à des enjeux

qui nous dépassent (mondialisation, internet, ...) c'est plutôt l'individu qui est en première ligne !

Pour mémoire : Le "top ten" des tendances 2008/2010 pour créer du business est :

1. L'écologie pérenne (*Services et produits conçus pour durer*)
2. La "proximité" (*Proximité + simplicité*)
3. Simply and less (*Sobriété volontaire... Faire simple, ou "sans"...*)
4. L'immatériel (*Achat de produits qui ont un sens... avec une histoire...*)
5. "Idol", l'image de soi (*Une image de soi davantage façonnée, relookée*)
6. Lowcost (*Du "pas cher" partout !*)
7. Solidaire générations (*"Ensemble", solidarité et partage des compétences*)
8. "Créator" (*De la créativité pour personnaliser ses produits*)
9. Imagine ta ville (*La mobilité durable à l'honneur*)
10. Ephémère (*Location temporaire et leasing à l'honneur*)

### **Avez-vous envie de parler de l'une de ces tendances plus particulièrement ?**

Une d'entre-elles est totalement d'actualité en cette fin d'année 2008, c'est le "simply and less", la sobriété volontaire. Je consomme moins ou j'adapte ma consommation !

C'est ce que j'appelle le "syndrome des pots de moutardes" ! On ne compte plus dans les grandes surfaces le nombre de mètres linéaires consacrés à la moutarde sous toutes ses formes... Avons-nous vraiment besoin d'autant de variétés de pots de moutarde ?!!! "L'hyper choix tue le choix. !" Désormais, on voit apparaître des magasins avec moins de choix, des offres en creux.

Dans d'autres domaines, nous sommes saturés d'informations. Certains rêvent au contraire de se déconnecter, de ne plus consommer, de se retrouver avec eux-mêmes. J'ai reçu récemment de jeunes héritiers, très courtisés par les banques et les assureurs !

Ils peuvent vivre sans rien faire... Loin d'eux l'idée d'un placement en assurance vie ! Ils cherchent depuis des mois une idée de création d'entreprise qui ait du sens et ils l'ont trouvée !

Ils vont construire des maisons en bois dans les Pyrénées, où les gens viendront se ressourcer huit jours, sans portable, sans télévision... Et à des prix compétitifs... car attention le "low cost" est passé par là !

Les maisons seront construites avec le concept des "zomes", ces habitats à formes géométriques et énergies positives. On est à la fois dans la tendance "simply and less", dans "l'écologie", et l'"image de soi".

**On a beaucoup parlé ces dernières années du trio gagnant "e-commerce", "écologie" et "services à la personne". Est-il toujours de mise ?**

- Les besoins de services à la personne restent énormes, on les connaît tous ! Beaucoup de femmes travaillent, beaucoup de personnes sont également célibataires à un moment donné de leur vie... sans parler des personnes âgées ! Mais le besoin se heurte à un problème de pouvoir d'achat. Le plan Borloo a permis le redécollage de ces services, mais cela ne suffit pas. La solution passe sans doute par l'entreprise qui va prendre en charge une partie de ces besoins (services de conciergeries par exemple, Cesu préfinancés, etc.) L'entreprise va ainsi mettre en place une politique sociale, une meilleure gestion des ressources humaines. Une autre solution, c'est sans doute le statut de [l'auto-entrepreneur](#) qui va permettre à un salarié ou à un retraité de compléter ses revenus en rendant des services de façon légale et souple ("les retraités d'aujourd'hui sont les actifs de demain" !).

- L'écologie, oui, elle irradie toute activité et toute création d'activité, mais le durable pour l'instant c'est cher ! Il faut y aller et l'effet de seuil fera que les prix baisseront. L'esprit "écolo" d'aujourd'hui c'est "il faut que ça dure", c'est bon pour la planète et pour le pouvoir d'achat...

- Le e-commerce, pourquoi pas ? J'ai pourtant l'impression

que l'offre est déjà pléthorique... Oui bien sûr, il faut un site quelque soit l'activité exercée... internet est désormais incontournable ! Mais c'est bien souvent le "bouche à oreille" qui fera ensuite la différence. D'après une étude de McKinsey, même si on trouve l'information sur internet, l'axe d'achat c'est le "bouche à oreille".

### **"Secteurs porteurs" et "tendances porteuses" : que répondez-vous, si on vous pose la question ce soir à diner ?**

Je ne donne pas de recettes de cuisine, ni de liste à la Prévert toute faite, mais je conseille de partir :

- des besoins et des observations du "consom'acteur" ! ("90% des idées de business se trouvent dans notre quotidien"),
- et de soi.

Regardez qui vous êtes... Si, par exemple, vous n'êtes pas "gracieux," ce n'est pas la peine d'ouvrir un restaurant ! Il faut que votre business vous ressemble !

### **Comment repérer les business de demain, quel état d'esprit cela suppose-t-il ?**

- Etre à l'écoute, partir d'une expérience personnelle, d'un manque. Par exemple, en 1999, Pauline d'Orgeval a créé "1001 listes", le premier service de listes de mariage à la carte à partir de sa propre expérience et des difficultés qu'elle a rencontrées dans la conception de sa liste de mariage.
- "Faire l'éponge", donc voyager. Après une immersion en Inde en novembre 2007, je pars ces jours-ci à New York capter de nouvelles idées. Je me pose sur la cinquième avenue et, en famille, nous ouvrons les yeux !

### **Et vous-même, si vous changiez de métier, y a-t-il une idée ou un business que vous voudriez développer, un business qui vous correspond ?**

J'ai déjà changé de métier : après huit ans de vie de fonctionnaire, je suis devenue expert-comptable et j'ai monté mon cabinet : une sacrée aventure depuis vingt ans !

Mon objectif est de devenir une retraitée pleine de santé afin de me lancer dans une nouvelle aventure, sans doute tournée vers le service à la personne : un business déconnecté de tout souci financier, donc tourné vers l'humain.

### **Y a-t-il des particularités régionales, par exemple dans le sud-ouest où vous vivez ?**

Je suis née aux pieds des Pyrénées, j'ai vécu longtemps à Toulouse et depuis 20 ans ma vie est à Bordeaux. Autant dire que je suis du sud-ouest et que j'aime cette région splendide ! Mais le pays n'est pas assez mis en valeur. Il y a plein de ressources à exploiter. C'est possible si l'on veut bien changer... (Grâce à la volonté d'un homme, comme Alain Juppé à Bordeaux, la ville est devenue une splendeur !)

Il reste beaucoup à faire dans les petites localités, où passent les touristes : dans certains villages des Landes, personne ne parle un mot d'anglais, on refuse du monde passé 14 heures dans les restaurants, des sites touristiques de premier ordre ferment à l'heure du déjeuner au mois d'août...

**Propos recueillis en novembre 2008**

**par Elizabeth Vinay pour l'APCE**