

« Madame Figaro » lance la 9^e édition du prix Business with Attitude

Bruno Jacquot

Les créatrices d'entreprise peuvent déposer leur dossier de candidature jusqu'au 9 octobre.

Le 30 août, Madame Figaro a donné le coup d'envoi de la 9^e édition du prix Business with Attitude qui distingue chaque année une créatrice d'entreprise. Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 9 octobre minuit. Les inscriptions se font en ligne sur le site internet madamefigaro.fr ou par le biais du QR Code ci-contre.

Les candidates, selon leur activité, ont le choix de participer dans une des cinq catégories suivantes : culture et savoirs, création, next techs, services ou nouvelles solidarités. La lauréate sera désignée lors d'une cérémonie organisée le 10 avril, à Paris. Un deuxième prix – le coup de cœur du public – sera également remis après le vote en ligne des internautes.

En organisant Business with Attitude, Madame Figaro s'est donné une double mission. D'une part, le prix vise à promouvoir l'entrepreneuriat au féminin dans un univers encore très masculin. « Nous voulons présenter des rôles modèles, des femmes inspirantes, souligne Morgane Miel, rédactrice en chef business de Madame Figaro. Les finalistes sont des femmes qui ont une vie personnelle dense, elles n'ont pas tout sacrifié à leur entreprise. »

D'autre part, Business with Attitude éclaire la réalité de la création d'entreprise en France. « Les lauréates distinguées depuis 2017 ont connu des hauts et des bas, précise Morgane Miel. Business with Attitude raconte l'entrepreneuriat

La 8^e soirée Business with Attitude.

PIRELLA GÖTTSCHE LOWE

sans faille, notamment la difficulté de financer des projets qui s'inscrivent dans le temps long. »

Après la clôture des inscriptions, la société d'audit et de conseil EY, partenaire de Madame Figaro, se chargera d'instruire les dossiers de candidature afin de retenir ceux qui remplissent les critères de participation. Les entreprises doivent avoir 1 à 8 ans d'existence et présenter au moins 250 000 euros de revenus : il s'agit soit de chiffre d'affaires soit de subventions ou d'aides. Mais c'est avant tout le caractère innovant des entreprises et leur impact environnemen-

tal, social, sociétal, technologique ou managérial qui feront la différence.

Une véritable communauté

Après l'examen des dossiers remplissant les critères d'éligibilité, 10 demi-finalistes seront retenues. Le jury, composé de représentants des rédactions du groupe Figaro et des partenaires du prix, choisira cinq finalistes, une dans chacune des catégories. Les choses sérieuses commenceront pour elles. Ces créatrices d'entreprise bénéficieront de séances de coaching afin de se préparer au grand oral de la finale, le

10 avril. Chacune sera invitée, lors de la soirée Business with Attitude, à présenter et à défendre son projet devant le jury et le public. C'est à l'issue de ces présentations, en direct et sans filet, que le jury délibérera pour désigner la lauréate 2025.

Plus de 1000 chefs d'entreprise ont été candidates depuis 2017. Au fil des éditions, le lien a été maintenu avec une centaine d'entre elles. C'est aujourd'hui une véritable communauté d'une centaine d'entrepreneuses que Madame Figaro réunit une fois par an. ■ Le prix Business with Attitude est organi-

sé avec le soutien du groupe La Poste en partenariat notamment avec EY, Google, Nespresso, The Ladies Bank by Oddo BHF et BFM Business.



Retrouvez le dossier de candidature de Business with Attitude en flashant le QR Code ci-contre.

Les entrepreneurs en herbe font leur festival

Corinne Calliaud

En juin, quelque 400 élèves sont venus défendre leur projet de mini-entreprise lors de la compétition nationale de la fédération Entreprendre pour apprendre.

Collégiens, lycéens, étudiants... Ils étaient 400, réunis pour la cérémonie d'ouverture du Festival des mini-entreprises, le 6 juin, à amblancer les gradins du stade de Charlety, à Paris, dans le 13^e arrondissement. Mais l'allégresse a vite cédé la place à la pression de la compétition. Les équipes en lice se sont égaillées dans les différentes salles pour présenter devant les jurys leur projet, fruit d'une année de travail dans leur établissement scolaire. Chaque équipe a trois minutes pour convaincre. Ce grand rendez-vous annuel est organisé par Entreprendre pour apprendre. Cette fédération de 17 associations, agréée par le ministère de l'Éducation et de la Jeunesse, s'emploie à rapprocher deux mondes : celui de l'économie et celui de l'école et de l'université.

Les lycéens de la filière sciences et technologies du management et de la gestion (STMG) et les étudiants en BTS gestion de la PME (GPME) de Léonard-de-Vinci, à Levallois-Perret (Hauts-de-Seine), placent d'emblée la barre très haut. Ils présentent avec GéoKids, un petit boîtier monté sur un bracelet qui sert à localiser un enfant. Les élèves ont fait leur entrée escortée de leur mascotte, Bobby, un grand lapin de 1,80 mètre. L'animal ne manque pas de piquer la curiosité des jurés : qui a revêtu ce déguisement ? Est-ce un élève ou un enseignant ?

En tout cas, le message est clair quand ils constatent que l'effigie de Bobby orne le boîtier des bracelets GéoKids, dont plusieurs modèles dans leur écran noir ont été déposés sur la table du jury. Le produit répond-il à un besoin ?

C'est un des huit critères de la grille d'évaluation du jury. Une jeune fille explique que si son petit frère avait porté le bracelet le jour où il s'est perdu, sa famille se serait épargné un grand moment de panique. Grâce à la technologie AirTag d'Apple, GéoKids, qui ne nécessite ni abonnement ni batterie, permet de suivre en temps réel les déplacements d'un enfant.

Pour finir de convaincre l'auditoire, une autre élève rappelle, sondage à l'appui, que 70 % des parents sont inquiets pour la sécurité de leur progéniture. « Et, pour éviter de mettre trop tôt un téléphone portable dans les mains de jeunes enfants, en couvrant un risque d'addiction aux réseaux sociaux, quel de mieux que GéoKids ? », argumente un troisième membre de l'équipe du lycée Léonard-de-Vinci. C'est une manière de signifier que leur produit est responsable, et surtout, que leur démarche de la concurrence, autre critère apprécié.

« Un beau chiffre d'affaires »

Grâce au partenariat avec les montres Millow Paris, une gamme de dix bracelets s'adapte sur le boîtier de GéoKids. « Le principe du bracelet interchangeable est un moyen d'assurer un revenu régulier », soutient encore un élève. Leur produit est en vente sur le site internet créé par l'équipe ainsi que dans le magasin pédagogique du lycée. Une quinzaine de précommandes ont déjà été enregistrées, précise l'équipe lors du quart d'heure dévolu aux questions du jury.

« Quelques projets un peu techniques commentent à pointer », analyse Jérôme Lefèvre, président d'Entreprendre pour apprendre France. Mais, depuis quatre ans,



L'équipe du lycée Léonard-de-Vinci de Levallois-Perret (Hauts-de-Seine) lors de la présentation de son boîtier GéoKids au jury. ALEXANDRE ALLIOL

nous observons surtout une montée en puissance de l'aspect environnemental et développement durable dans les mini-entreprises. Quand on écoute les jeunes, ces préoccupations sont évidentes. C'est rassurant pour l'avenir leur capacité à s'intéresser à de vrais sujets. » Sous les tribunes, les mini-entrepreneurs ont installé des stands pour exposer leurs produits.

Tous les états, qui font aussi l'objet d'une évaluation, sont soignés. Des élèves de sixième du collège Jean-Nicolas Propiano (Corse-du-Sud) vendent des gâteaux et des bonbons au miel, préparés à partir de recettes de grands-mères, sous l'enseigne de leur mini-entreprise, Cœur de commune. Ils se sont inspirés d'un article de *Corse Matin* sur l'envie

des seniors de vieillir à domicile : ils s'attachent à renforcer les liens entre générations en mettant en relations jeunes et moins jeunes pour favoriser une entraide mutuelle. Avec un abonnement de 5 euros par mois, les premiers donnent un coup de main pour le bricolage, le jardinage ou de petites courses, quand les anciens proposent un soutien scolaire ou transmettent leur savoir-faire.

Pour faire connaître Cœur de commune, les élèves ont organisé plusieurs manifestations comme un vide-grenier ou une vente de chocolats. « On peut penser que notre projet ressemble plus à une association qu'à une entreprise, parce qu'une entreprise doit gagner de l'argent. Mais notre idée a tellement plu que nous avons réalisé un beau chiffre d'affaires

avec toutes nos initiatives », assure Ismaël, qui aide Bernard, un retraité de 69 ans, à dompter un ordinateur portable. Encadrés par leur professeur de mathématiques, Virginie Moneglia, les jeunes Corses font preuve d'une grande maturité. « Nous faisons des mathématiques un peu différemment, avec des tableaux pour calculer des coûts et des bénéfices, et les élèves sont très impliqués », assure l'enseignante.

« Lutter contre l'échec scolaire »

Webmaster chez Bpifrance, Antony Dragoon, qui est membre d'un des jurys, se dit « bluffé » par tous ces projets. « Ces jeunes semblent se révéler dans des missions qui ne sont pas cloisonnées dans des disciplines, relève-t-il. En se tournant vers l'action, l'éducation prend une autre forme, et ce type de pédagogie est aussi un moyen de lutter contre l'échec scolaire. » Durant l'année scolaire 2023-2024, grâce à Entreprendre pour apprendre, 35 000 élèves ont bénéficié de l'accompagnement de mentors – entrepreneurs ou salariés d'entreprise – et 1700 mini-entreprises ont été créées.

« Cet engagement fait partie du rôle social de l'entreprise afin d'aider des jeunes à choisir leur orientation plutôt que de la subir », souligne Jean-Paul Romet, délégué emploi-BSE chez EDF et président pour la région Île-de-France d'Entreprendre pour apprendre. « Cette expérience ouvre des perspectives aux jeunes. Certains ont même une révélation à ce moment-là, se réjouit Jérôme Lefèvre. Quoi qu'ils fassent ils auront une connaissance du processus de l'entreprise qui va leur rester et qu'ils pourront valoriser sur leur CV. » ■