

From maple syrup and skippy peanut butter to entrepreneurship

Comment passe-t-on du statut de manager d'un grand groupe à celui de dirigeant d'une micro entreprise, dans le secteur des services aux entreprises? Rita Klapper, enseignant-chercheur pour le groupe ESC Rouen, spécialiste de l'entrepreneuriat, a interviewé Yves Coleon (73), Directeur-Fondateur de TRANSMARK PARTNERS à New York.

Rita : Quel a été votre parcours professionnel avant de prendre cette décision importante de créer ?

Dès la sortie de l'Ecole, je suis parti aux Etats Unis : j'ai travaillé sur des produits qui n'avaient rien à voir avec ma culture puisque j'étais assistant chef de produit sur le Maple Sirup (sirop d'érable) et le Peanut Butter (beurre de cacahuètes) ; deux produits qui étaient à l'époque méconnus en France. Mais c'était en fait une chance parce que ce manque de référent et de connaissance m'a obligé à développer une forte capacité d'écoute et d'analyse. Il fallait approcher le marché avec beaucoup d'humilité. Grâce à cette première expérience, j'ai appris à tirer des enseignements de cette écoute sans être influencé par mon héritage culturel.

C'est ça la fondation du marketing. : écouter et comprendre le marché sur la base d'une analyse objective des informations relayées par les consommateurs.

La suite de ma carrière a été consacrée à la gestion de grandes marques dans la grande distribution en tant que chef de produit puis directeur marketing chez General Foods (racheté par Kraft en 1988) ; ensuite en tant que Vice Président Marketing et Développement chez Häagen Dazs et PDG chez Lalique North America .

En fait tout au long de mon parcours, j'ai eu la chance de travailler dans des environnements et marchés où l'innovation ajoutait beaucoup de valeur et où il fallait allier rigueur et analyse avec créativité et action.

RK : Pourquoi, en 2000, vous être lancé dans la création ?

YC : J'ai créé TRANSMARK PARTNERS, une société de conseil spécialisée dans le pilotage

stratégique et organisationnel pour aider les entreprises européennes à réussir sur le marché américain.

En effet, après avoir vécu ces expériences de gestion et de direction au sein de groupes, j'étais intéressé par *un projet plus personnel*. Avec 25 ans d'expérience accumulée aux Etats-Unis, j'avais conscience d'avoir un savoir-faire stratégique et opérationnel unique, et l'idée de partager ce savoir sur les domaines où je possédais une connaissance profonde : la stratégie de développement et la mise en place des équipes pour des projets d'implantation ou de restructuration, mais aussi d'amélioration des performances sur le marché US.

Enfin une autre motivation était le goût de risque et le défi associés à la création d'une nouvelle activité : souvenez vous de l'euphorie des années 2000 !

RK : Comment avez vous structuré l'entreprise en 7 ans ?

YC : J'ai commencé seul. Principalement pour des raisons de compétence et par souci de simplicité. J'ai donc démarré mes activités de conseil de façon très minimaliste avec un minimum de coûts fixes, de chez moi pendant quelques mois. Après cette période initiale de lancement, j'ai pris un bureau où nous hébergeons actuellement six consultants, dans la région de New York. Nous avons également créé une antenne en Californie, près de Los Angeles.

RK : Quelle est votre valeur ajoutée ?

YC : C'est tout simplement le succès de nos clients ! Notre produit, c'est l'accompagnement

stratégique et organisationnel des entreprises européennes sur le marché américain. Notre expertise couvre trois domaines d'activités : le conseil en stratégie, le recrutement et le pilotage opérationnel de start-up ou de projets de développement. La majorité de nos clients opèrent dans les secteurs de produits de consommation, du luxe ou de la distribution et sont déjà bien implantés aux Etats-Unis. Ils cherchent donc à améliorer leur performance opérationnelle ou commerciale et nous sommes prêts à les aider à tous les stades de leurs activités : définition du plan stratégique, ressources humaines, gestion du projet.

RK : Quelles sont, d'après vous, les différences principales entre la création d'entreprise aux Etats Unis et en France ?

YC : Il y a des différences profondes puisque l'entrepreneuriat aux USA est enraciné dans la culture américaine : le goût du risque, l'effort individuel, la flexibilité de l'emploi, l'accès aux capitaux, le rôle des universités etc.. La création d'entreprises est le moteur d'innovation et de croissance économique aux Etats-Unis depuis 15 ans.

RK : Quels conseils donneriez vous aux candidats à la création ?

YC : Il leur faut développer une vision claire des objectifs et du plan d'action et une bonne compréhension des obstacles à surmonter. Ensuite, l'entrepreneur doit avoir du courage, être à l'écoute du marché, rester flexible sans jamais perdre de vue ses objectifs, être en mouvement continu.

RK : Vous faites régulièrement des interventions dans le cadre des Programmes Postgraduate du Groupe ESC Rouen : quelles sont vos motivations ?

YC : J'ai d'abord le plaisir de partager mon expérience et ma vision. J'encourage les étudiants à prendre des risques. De plus, le contact direct avec les professeurs est très enrichissant et nous recrutons régulièrement des étudiants pour venir travailler dans notre cabinet à New York.

RK : Quand vous faites des projets d'avenir, quels sont ils ?

YC : Mon objectif professionnel est de continuer à développer les activités et la réputation de Transmark. Notre valeur ajoutée et notre satisfaction viennent du succès de nos clients et de la qualité de nos relations à long terme que nous entretenons avec eux. S construire un réseau est un atout à long terme.

Au plan personnel, je suis à la recherche d'un équilibre entre deux pays, deux cultures (ma femme est américaine) et deux rythmes de vies (professionnelle et familiale).

RK : Quel est votre credo pour résumer ?

YC : Créer de la valeur pour nos clients en faisant ce que j'aime et utilisant nos compétences collectives. Bâtir une organisation autour de cette idée. Maintenir notre autonomie et indépendance et gagner pour tous.

RK : Et un dernier conseil aux étudiants

Pour réussir sa vie professionnelle, et a fortiori créer son entreprise, il n'y a pas qu'un seul facteur qui compte. Ce n'est pas seulement ce que vous apprenez à l'Ecole, mais aussi ce que vous faites en dehors de l'école. L'école peut vous donner un tronc et des racines mais j'ai beaucoup appris aussi à travers les stages et les voyages. L'école, c'est une relation entre gens du même âge. Or on apprend en étant confronté à des situations plus adultes où il y a une plus grande diversité de cultures et de situations. On apprend en étant confronté à la différence. Contrairement au système éducatif français qui est plus rigide, le système éducatif américain accorde un rôle très important à l'expérience hors scolaire d'un étudiant.

Contact

ycoleon@transmarkpartners.com

www.transmarkpartners.com