

FFEM -Encourager l'entrepreneuriat féminin

105 ÉTUDES DE CAS SUR L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ

### À propos de FFEM

Dans toute l'Europe, les taux de chômage des femmes menacées d'exclusion sociale et économique sont alarmants. Pour s'attaquer à ce problème bien connu, le perfectionnement des compétences peut être une solution adaptée, de même que promouvoir des attitudes et des comportements entrepreneuriaux. Combinées, ces deux stratégies contribuent non seulement à lancer l'activité entrepreneuriale, mais elles peuvent également améliorer l'employabilité des femmes.

FFEM – Favoriser l'entrepreneuriat féminin – promeut et renforce l'entrepreneuriat et le travail indépendant en améliorant les compétences des femmes menacées d'exclusion sociale et économique dans tous les pays participants – Grèce, France, Pologne, Portugal et Espagne. Pour ce faire, il est également nécessaire de doter une partie des professionnels adultes (formateurs, enseignants, travailleurs sociaux, éducateurs sociaux, etc.) de matériel didactique innovant qui peut favoriser le développement et le transfert de compétences pertinentes.

Toutes les ressources du projet sont disponibles sous forme de ressources libres sur la plateforme de formation numérique - [www.ffem.eu](http://www.ffem.eu).

### À propos des études de cas des entrepreneuses :

Afin d'inspirer les femmes à travers l'Europe et de présenter les bonnes pratiques de l'entrepreneuriat féminin, les partenaires de FFEM ont intégré 36 études de cas issus des 5 pays participants : France, Portugal, Espagne, Pologne et Grèce.

L'objectif de ces études de cas est d'aider les futures entrepreneuses à apprendre d'exemples concrets et à disposer d'informations pratiques sur la création d'entreprises. Les études de cas traitent d'histoires de femmes de différents milieux socio-économiques qui ont créé des entreprises dans divers domaines. Chaque étude de cas est divisée en 3 sous-sections :

- **Informations personnelles de l'entrepreneuse**
- **Histoire de l'entreprise**
- **Parcours professionnel de l'entrepreneuse dans sa création d'entreprise**

Ces études de cas sont également présentées dans une bibliothèque spéciale d'études de cas sur la plateforme FFEM : [www.ffem.eu](http://www.ffem.eu).

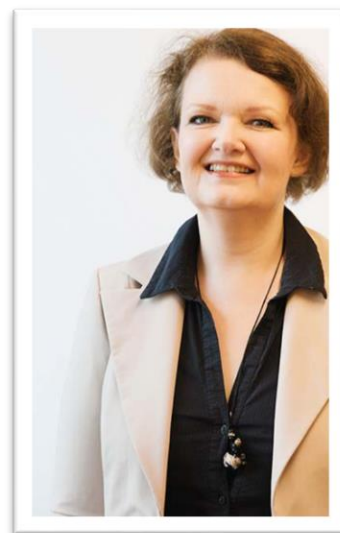
## Portraits de créatrices d'entreprises françaises

*Collectés par l'Union des Couveuses*

### Étude de cas 1

#### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Alexandra BEAUCHAMPS
- **Âge** : 51 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Auto Entrepreneurse /Travailleuse autonome
- **Niveau d'études** : Niveau secondaire et diplôme spécialisé en analyse de données et conseil



#### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Afford Formations a été créé en 2019 pour aider les dirigeants de VSE, en leur offrant des clés pour répondre à leurs besoins en termes de gestion, d'organisation et de communication afin qu'ils puissent se concentrer sur le cœur de leur activité.



La méthode active, qui combine de courtes séances théoriques et des exercices alternés, s'est avérée la plus efficace pour mettre les apprenants à niveau plus rapidement et les rendre autonomes sur le terrain à la sortie de la formation.

Pour atteindre cet objectif, elle s'appuie sur diverses techniques éducatives telles que le questionnement, l'infographie, les quiz en ligne et les exercices qu'elle conçoit en fonction des besoins de ses clients. Lorsque les stagiaires l'acceptent et que le contexte le permet, elle les fait aussi travailler sur leurs documents professionnels.

- **Domaine d'activité** :

Technologie de l'information (TI), Formation à l'analyse de données

- **Objectifs de l'entreprise** :

Aider les dirigeants d'entreprise à maîtriser différents logiciels et applications informatiques et d'analyse de données.

Les produits s'adressent aux professionnels. La formation individuelle personnalisée permet de cibler précisément les besoins du chef d'entreprise et de ses collaborateurs les plus proches et de

mettre en place des solutions pratiques au fur et à mesure que les participants progressent dans l'utilisation de l'outil. La formation de groupe permet l'initiation préalable sur les outils avant de passer à des solutions cibles personnalisées telles que la configuration d'un tableau de bord dans Excel. C'est aussi la solution de formation idéale pour une équipe « projet » afin d'acquérir le même niveau de connaissances sur les outils communs. Le support est un véritable service après-vente qui permet de suivre la bonne application de la formation, de corriger d'éventuelles anomalies de démarrage

- **Services proposés :**

Séances de formation et support technique personnalisés. Les options suivantes sont disponibles:

- Formation individuelle et collaborateurs clés de 1 à 3 personnes
- Formation de groupe
- Appui à l'avancement de la mise en œuvre des solutions choisies

- **Nombre d'employés :** 1

- **Contact de l'organisation :**

Adresse : 1 route de la Celle-Saint-Cloud - 78380 BOUGIVAL

Site web: <https://egg4483.phpnet.org/wordpress/wordpress/>

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration :**

De nos jours, il est impossible de trouver un garant qui couvre tous les risques associés à la fabrication de produits, même lorsque vous ne faites que transmettre une connaissance existante à un client. Après avoir passé un an dans un incubateur d'entreprises sur un projet de coaching dans la fabrication de produits naturels faits maison, elle a donc décidé de créer Afford formations qui s'appuie sur son expérience professionnelle (à la fois en tant qu'ancienne assistante de direction dans plusieurs organisations et lors de sa formation passionnante d'un an en tant que chef de projet dans l'incubateur). Afford formations, c'est aussi transmettre son expérience mais d'une manière différente. La plupart des organisations offrent une formation sur des outils que vous pouvez connaître de A à Z. Cependant, par expérience, elle sait qu'un responsable n'a pas nécessairement besoin de tout savoir sur un logiciel. Dans le même temps, il faut être agile et utiliser de multiples outils, car les gens n'ont pas toujours les ressources financières nécessaires pour externaliser les services ainsi que dans les domaines de la communication / marketing, commercial, etc. De plus, on s'attend à ce que les dirigeants maîtrisent la gestion des tableaux de bord par lui-même pour gérer efficacement l'entreprise. Afford formations propose donc des modules de formation au plus près des objectifs identifiés de chacun de ses clients et pas exclusivement par outil.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Demandeuse d'emploi depuis janvier 2017

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui, elle a obtenu plusieurs diplômes en outils de communication et en analyse de données.

- **Défis rencontrés :**

Actuellement, elle est à la fois propriétaire et employée d'Afford formations. De plus, comme l'organisation a été créée récemment, elle connaît des difficultés pour obtenir plus de visibilité auprès d'un public plus large. Le manque de notoriété et de visibilité nuit à son authenticité commerciale pour attirer la confiance de ses clients.

- **Solution aux défis :**

Augmenter la visibilité est une priorité pour elle. Elle a maintenu une communication progressive et régulière à travers ses réseaux professionnels (Facebook, LinkedIn) pour établir un lien de confiance avec des prospects qui recherchent une expertise pour répondre à leur problème.

De plus, elle est en discussion pour un partenariat avec d'autres organisations expertes pour avoir accès à un public plus large. Elle assiste également à différents événements et rassemblements business pour rencontrer de nouvelles personnes et d'autres organisations du même domaine d'expertise.

- **Organisme de soutien :**

Athéna, BGE Yvelines

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Elle a créé Afford Formations pour partager ses connaissances professionnelles avec les professionnels. Mais, tout au long de sa formation dans l'incubateur d'entreprises, elle a appris le processus de création d'entreprise et a vu la passion des entrepreneurs. À l'avenir, elle aimerait aller plus loin dans la contribution à la communauté en étudiant la faisabilité d'une offre de niche pour les malvoyants et / ou les malentendants et les personnes qui souhaitent concevoir des documents adaptés. Les outils bureautiques sont de plus en plus adaptés à tout le monde et la demande devrait donc augmenter. L'étude de marché est en cours et révélera plus de possibilités pour l'avenir.

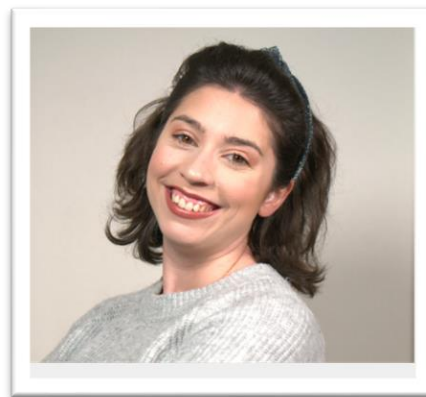
- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« Satisfaire les clients n'est pas seulement une obligation, mais aussi une source précieuse de prospects. Portez une attention particulière aux demandes des clients, puis personnalisez le service en conséquence »

## Étude de cas 2

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Alix MARTET
- **Âge** : 29 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Directrice générale
- **Niveau d'études** : Master en gestion des arts et de la culture



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Omnia Culture, le premier cabinet de recrutement et de recherche d'emploi spécialisé dans les domaines de la culture, de la communication et des médias

- **Domaine d'activité** :

Recrutement et RH

- **Objectifs de l'entreprise** :

Créer des synergies entre les candidats, les entreprises et l'enseignement supérieur dans le domaine culturel

- **Services proposés** :

Aider les entreprises culturelles à recruter de meilleurs candidats

Aider les jeunes diplômés à trouver un emploi dans le domaine culturel

Aider les étudiants à trouver un stage dans le domaine culturel

- **Nombre d'employés** :

2 partenaires commerciaux et un stagiaire

- **Contact** :

**Site web** : [omniaculture.fr](http://omniaculture.fr)

**Courriel** : [alix.martet@omniaculture.fr](mailto:alix.martet@omniaculture.fr)



---

## Citation de l'entrepreneuse : « Vers l'infini et au-delà ! »

---

### PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Après l'obtention de son diplôme, il lui a fallu plus de 6 mois pour trouver un premier emploi dans le domaine de la Culture. Malgré ses efforts, le processus de recherche d'emploi l'a mise sous pression car elle n'avait pas les compétences d'auto-promotion nécessaires pour capter l'attention sur les entreprises dans lesquelles elle a postulé.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Elle était employée à temps plein tout en développant son idée d'entreprise

Elle est aujourd'hui dans une couveuse avec le statut de « chômeur »

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui, elle a étudié le domaine de la gestion d'entreprise des activités culturelles

- **Défis rencontrés :**

Développer l'entreprise tout en étant en confinement pendant la pandémie a été très difficile. La recherche d'opportunités de financement pour de nouvelles entreprises est un défi, en particulier alors que l'ensemble de l'économie est en crise financière en raison de la pandémie.

Beaucoup de gens l'ont découragée en décrivant son entreprise comme folle et l'ont conduit à un dilemme moral.

En tant qu'employée à temps plein, il était difficile pour Alix de trouver suffisamment de temps pour travailler sur son projet tout en maintenant l'entière responsabilité du lieu de travail.

- **Solution aux défis :**

J'ai réussi à mieux organiser mon temps

S'associer avec un partenaire commercial

Solidifier le business model et la stratégie marketing pendant un an avant d'entrer dans la couveuse pour s'assurer qu'elle était complète et viable

- **Organisation de soutien :**

Omnia Culture est soutenu par la Couveuse Nuna basée à Thyez, en France. Les couveuses fournissent une aide professionnelle en matière juridique et de comptabilité

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Rester dans la couveuse pendant au moins un an pour s'assurer que l'activité est viable et peut générer des revenus

Attirer le plus de partenaires et de financements publics possibles pendant que nous sommes en couveuse

Postuler à un incubateur d'entreprises après la formation en couveuse

- **Recommandation à l'intention des futures entrepreneuses :**

Ne créez pas votre entreprise sans avoir un business model de base et une idée claire de ce que vous allez vendre et à qui vous allez le vendre

Posez des questions et mettez-vous en relation avec des personnes qui ont les mêmes intérêts pour créer des synergies et obtenir de nouvelles idées

Ne vous isolez pas et demandez l'aide de professionnels si nécessaire

Rendez votre processus de création plus sûr avec l'aide d'organisations de soutien comme les couveuses

## Étude de cas 3

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Agnès Jacquier
- **Âge** : 47 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Travailleuse Indépendante
- **Niveau d'études** : Diplôme d'ingénieur en transformation des matériaux plastiques



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Description de l'entreprise** :

The Floating Mushroom est un centre de formation né de la prise de conscience que de nombreux bons professionnels techniques flippaient lorsqu'on leur demandait de parler ou de travailler en anglais

Centre de formation en Anglais Technique

- **Objectifs de l'entreprise** :

Eviter qu'un professionnel compétent perde ses moyens lorsque la conversation passe à l'anglais

- **Service proposé** :

Cours d'anglais pour les professionnels

- **Nombre d'employés** : 1

- **Site Web** :

[www.the-floating-mushroom.com](http://www.the-floating-mushroom.com)



### PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration** :

Après 20 ans passés dans l'industrie automobile, principalement à l'étranger, elle s'est retrouvée dans la Vallée de l'Arve dans les Alpes françaises, entre Genève et le Mont-Blanc. C'est un domaine d'une très haute connaissance technique... mais d'un faible niveau d'anglais quand il s'agit de culture industrielle. Elle s'est vite rendu compte que les gens ne se comprenaient pas lorsqu'ils parlaient avec des clients ou des fournisseurs étrangers, ce qui entraînait des situations difficiles qui n'auraient pas dû être si difficiles à résoudre. D'où l'idée de The Floating Mushroom, une



formation en anglais conçue pour les professionnels du secteur, ne souhaitant pas savoir parler de météo mais de leur chaîne de production ou des problèmes de qualité.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Employée comme Responsable Qualité dans l'industrie

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Son nouvel emploi n'a absolument rien en commun avec son emploi précédent ou ses études. Elle a dû suivre une nouvelle formation avant de démarrer son entreprise. Mais quand elle y pense, parler anglais a toujours été son meilleur atout, et lui a ouvert pas mal de portes. Bien qu'elle soit une jeune - et petite - femme dans le domaine technique de l'automobile à la fin des années 90, elle a réussi à obtenir de bons postes et beaucoup d'opportunités simplement parce qu'elle a pu avoir une conversation avec les clients quelle que soit leur langue.

- **Défis rencontrés :**

La partie la plus difficile du parcours a été de quitter un emploi bien rémunéré pour un nouvel emploi moins bien rémunéré. Mais le besoin d'indépendance et de sens était plus grand que le besoin de sécurité financière.

- **Solution aux défis :**

Il suffit de faire confiance à la vie ! Même si c'est plus facile pour quelqu'un qui a eu 20 bonnes années dans l'industrie et qui a réussi à acheter sa maison avant de quitter la routine métro-boulot-dodo. Avant de lancer ce projet, elle a connu 3 échecs dans ses tentatives de créer sa propre entreprise. Cette fois, elle a donc décidé de rejoindre une couveuse afin de ne pas être seule, mais aussi afin de tester le concept avant de mettre de l'argent dans le développement d'une nouvelle entreprise.

- **Organisme de soutien :**

Couveuse d'Entreprise

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Les prévisions sont excellentes. Après quelques mois, si vous réalisez une performance de qualité, les gens commencent à parler de vous et vous obtenez de nouveaux clients régulièrement. Aujourd'hui, après seulement 6 mois, son entreprise lui rapporte plus de 70 % de ses revenus, et elle les complète avec quelques missions qualité sous-traitées pour le moment.

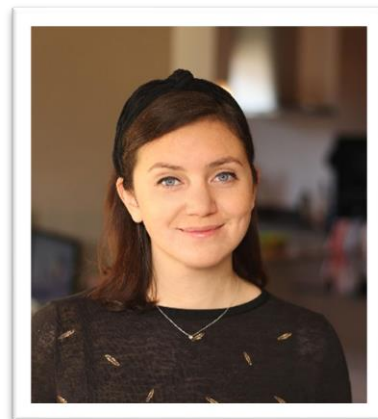
- **Recommandation à l'intention des futures entrepreneuses :**

Elle pense rarement aux 3 échecs avant que cette nouvelle entreprise ne soit un succès. Elle croit que si vous l'avez en vous, peu importe combien de temps cela prend, peu importe combien de fois vous échouez, vous serez, un jour, indépendant.

## Étude de cas 4

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Sourzac Maïwenn
- **Âge** : 30 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Auto-entrepreneuse
- **Niveau d'études** : Master



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise**

Maïwenn Sourzac a créé sa « micro-entreprise » en 2015 alors qu'elle était encore salariée, pour répondre à une demande de création de brochures. À l'époque, devenir entrepreneuse n'était pas encore dans son esprit. C'est lorsqu'elle a déménagé dans une nouvelle région pour rejoindre son compagnon que l'idée de devenir 100 % travailleuse indépendante lui est venue. Son ancien employeur devient son premier client pour la partie médias sociaux : cela a participé au développement de l'entreprise.

TREMA Communication, le nom actuel de la société, n'est venu que plus tard, après une tentative infructueuse de créer une agence avec deux graphistes.



- **Domaine d'activité :**

Actuellement, TREMA Communication propose ses services de community management aux moyennes et grandes entreprises à travers la France. Un premier stagiaire débute en février 2021 !

- **Objectifs de l'entreprise :**

À court terme, l'objectif est de satisfaire les clients pour les fidéliser (les contrats sont renouvelables chaque mois puisqu'il s'agit d'un service mensuel pour la gestion des réseaux sociaux) et d'encourager la recommandation verbale des clients.

À long terme, l'idéal serait de pouvoir créer des emplois et déléguer une partie du travail.

La fondatrice Maïwenn a en effet d'autres envies entrepreneuriales sur lesquelles elle aimerait se concentrer dans plusieurs années, une fois que cette première entreprise sera solide et pérenne.

- **Services proposés :**

Communication numérique : Gestion des réseaux sociaux / Publicité sur les réseaux sociaux / Rédaction de contenu (article / newsletter)

- **Nombre d'employés :**

1 employé et 1 stagiaire

- **Contact:**

Téléphone : 06 78 59 08 43

Courriel : [m.sourzac@tremacommunication.fr](mailto:m.sourzac@tremacommunication.fr)

Site Web : [www.tremacommunication.fr](http://www.tremacommunication.fr) (en cours de développement)

Facebook: <https://www.facebook.com/tremacommunication>

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Sources d'inspiration pour l'entreprise :**

Une fois à son propre compte, Maiwenn a eu l'idée de proposer un service de communication global puisqu'il s'agit de la formation qu'elle a reçue. Enfin, c'est la demande qui a créé l'emploi : Avec une demande de 90 % en Community management, elle s'est spécialisée dans le domaine.

- **Statut social et situation avant la création de l'entreprise/activité :**

Salariée depuis 2 ans en fin d'études en tant que Chargée de Communication dans une école de management.

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

L'activité de l'entreprise est liée à son parcours scolaire, mais sa création est née d'opportunités à saisir !

- **Défis rencontrés :**

La seule difficulté rencontrée fut d'apprendre à travailler seule, dans un appartement, un peu coupée du monde car dans une nouvelle région. Une nouvelle organisation pour réussir à se motiver même les jours où vous n'avez rien de prévu et personne à voir.

- **Solution aux défis :**

Rapidement, Maiwenn a rejoint un incubateur d'entreprises où elle a pu rencontrer d'autres entrepreneurs, être accompagnée et disposer d'un écosystème parfait pour le développement de son entreprise.

- **Organisme de soutien :**

L'accompagnement de l'incubateur d'entreprises, le Site Economique des lacs. La directrice Sophie Littoz a toujours été là en cas de doute pour interpeller et rassurer l'entrepreneuse.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

L'entreprise a toujours très bien fonctionné grâce au bouche-à-oreille. L'objectif de TREMA Communication est d'en tirer parti en développant la marque TREMA Communication. Pour cela, la création d'un site internet est prévue, dans lequel seront diffusés plusieurs témoignages et références clients afin de donner de la crédibilité à la marque et pour rassurer les futurs clients. L'objectif est d'être plus visible et d'ouvrir d'autres canaux pour ramener plus de clients.

Idéalement, TREMA Communication aimerait pouvoir embaucher un premier employé d'ici début 2022.

- **Recommandations pour les futures entrepreneuses :**

Créez vos propres règles : N'écoutez jamais les a priori sur les freelances. Nous pouvons avoir une activité qui fonctionne sans travailler nuit et jour + le week-end.

Pour cela, vous devez être clair avec le client dès le début sur vos façons de faire afin de ne pas laisser les mauvaises habitudes s'installer.

Entourez-vous bien : L'environnement est crucial. Travailler seul peut être compliqué mais si les gens autour de vous vous encouragent, c'est déjà plus facile!

Ne pas être impressionné par les « professionnels » ou mettre les gens sur un piédestal : chacun a ses faiblesses et peut accepter les vôtres. Même les plus durs cachent leurs faiblesses (peur d'échouer, de perdre sa place, etc.)

La force du social : être diplomate, écouter et s'adapter : le secret de la relation client

Soyez honnête avec vous-même et les autres et saisissez les opportunités!

## Étude de cas 5

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Savannah Truong
- **Âge** : 26 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Entrepreneurse / PDG
- **Niveau d'études** : Master en marketing de luxe à l'Université Paris Dauphine



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Kick Café - KPOP is for cool kids. Savannah est fan de k-pop depuis 2008 et elle a réalisé qu'il était difficile pour les fans français de k-pop de se rassembler et de partager leur passion ensemble. Elle décide donc de créer un concept store dédié à la k-pop à Paris : Kick Café. KICK est l'acronyme de KPOP IS FOR COOL KIDS. L'idée est de combiner la sensation chaleureuse d'un coffeeshop à l'atmosphère branchée d'un shop KPOP.



- **Domaine d'activité** :

Restaurant et magasin autour de la culture K-Pop

- **Objectifs de l'entreprise** :

Introduire la culture K-Pop en France et la rendre tendance, Kick Café comprend un coffeeshop avec de la nourriture et des boissons et un magasin avec des produits et des vêtements k-pop.

- **Services proposés**

Coffeeshop: Nourriture, boissons et desserts coréens

K-pop store: Événements autour de la kpop, de l'art, de la diversité et de l'inclusion.

- **Nombre d'employés** :

1

Site web :

[www.kpopisforcoolkids.com](http://www.kpopisforcoolkids.com)

---

« Si vous ne croyez pas en vous-même, personne ne le fera pour vous ».

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

En Corée du Sud, il y a beaucoup de concept stores et de coffeeshops où les gens peuvent simplement venir passer du temps ensemble. C'est un espace de vie réelle entre la maison et le travail où les gens aiment se rassembler.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Elle était une étudiante qui venait de terminer son master avant de créer son entreprise.

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Elle a étudié la gestion commerciale, elle est donc bien consciente des aspects financiers, de la réglementation juridique, du marketing et de la stratégie de communication pour prétendre à la création d'une entreprise. Cependant, elle n'a pas étudié la gestion des restaurants ou la chaîne d'approvisionnement, elle a donc dû étudier par elle-même toutes ces nouvelles choses dont elle avait besoin pour ouvrir son entreprise.

- **Défis rencontrés :**

La Covid a été un grand défi en 2020. Au début, nous voulions ouvrir en mai 2020 mais nous avons dû arrêter complètement le développement du projet car la situation n'était pas bonne : tous les concerts de KPOP ont été annulés en France, les restaurants ont été fermés, les gens ne pouvaient pas se rassembler. Cela n'avait aucun sens d'ouvrir en pleine pandémie.

- **Solution aux défis :**

Nous avons dû tout reporter d'un an, c'était le meilleur choix que nous pouvions faire car nous n'avons pas perdu d'argent et nous pouvons enfin prendre un nouveau départ.

- **Organisme de soutien :**

Elle n'était pas officiellement dans une couveuse, mais a bénéficié des conseils d'un agent de l'Union des couveuses pour créer son entreprise. Son conseiller l'a aidé à lancer une campagne de financement participatif et l'a conseillé sur d'autres aspects entrepreneuriaux de l'entreprise, en

particulier participer à des concours de création d'entreprise pour collecter des fonds. Cela lui a permis de prendre conscience de la dynamique de l'entreprise dans le monde réel.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Nous gagnons de l'argent grâce à trois canaux différents de vente de nourriture et de boissons, de produits KPOP et d'événements.

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Ma recommandation est que cela ne sera jamais parfait, alors faites-le si vous voulez essayer. Ne pas le faire de manière parfaite vaut mieux que ne pas faire du tout. Lors de la création d'une entreprise, la confiance est la clé, alors j'espère que vous croirez en vous-même et que vous trouverez la force et le courage pour commencer ce que vous voulez faire parce que personne ne le fera mieux que vous.

## Étude de cas 6

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : GIAMMERTINI Aline
- **Âge** : 51 ANS
- **Nationalité** : Français
- **Statut professionnel** : Directrice
- **Niveau d'études** : Bac+2



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Chocolaterie Aline est une chocolaterie artisanale basée sur l'utilisation de produits corses (citrons de Balagne, miel AOP de Castagniccia, herbes du maquis, noisette de Cervione) qui sont mélangés avec des chocolats et transformés en délicieuses ganaches et pralines. Suite à son amour et à sa passion pour le chocolat, Aline a créé sa boutique au fil du temps juste après avoir terminé ses études universitaires.



Aline  
Chocolatière passionnée

- **Domaine d'activité** :

Fabrication artisanale de chocolats et de gourmandises.

- **Objectifs de l'entreprise** :

Exportation de chocolats au niveau national et international.

- **Services proposés** :

Produits chocolatés artisanaux et concepts d'épicerie fine en bocal.

- **Nombre d'employés** :

9

- **Contact** :

Téléphone professionnel : 06.77.90.69.24

Contact par mail : [contact@aline-chocolatiere.com](mailto:contact@aline-chocolatiere.com)



Site Web: <https://boutique-aline-chocolatiere.com/>

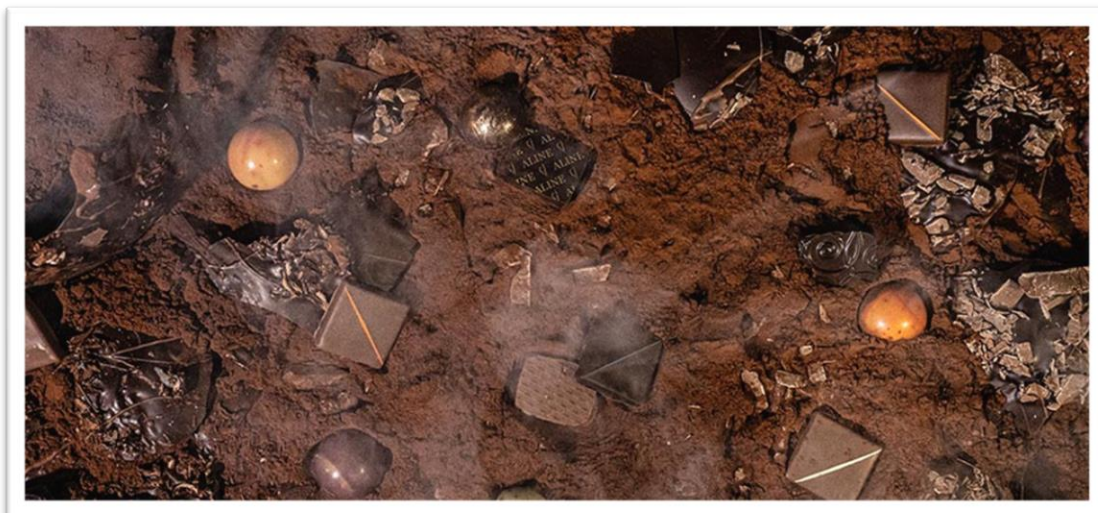
Facebook : ALINE CHOCOLATIERE

Twitter: —

Instagram : alinechocolaterie



- **Présentation des produits :**





## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Sources d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

L'idée lui est venue et a mûri pendant 20 ans avant de devenir sa seule activité professionnelle, Nous sommes nos propres sources d'inspiration ;

- **Statut social et situation avant la création de l'entreprise/activité :**

Auto entrepreneuse

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Non

- **Défis rencontrés :**

Une passion qui n'était qu'un passe-temps a donné naissance à un cœur de métier. Nous avons dû faire un choix entre la passion et la raison, j'ai choisi la passion.

- **Solutions à ces défis :**

Restez toujours concentrée sur la motivation et l'atteinte de vos objectifs.

- **Organisme de soutien :**

Non

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Développer nos axes de production (nouveaux produits) et de commercialisation (exportation).  
Soyez attentif et proposez des produits en fonction de la demande

- **Recommandations pour les futures entrepreneuses :**

« Croyez en vos rêves et croyez en votre projet, ne doutez jamais de son succès »



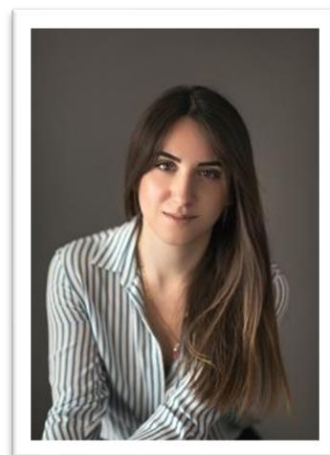
## Portraits de créatrices d'entreprises françaises

*Réunis par Petra Patrimonia Corsica*

### Étude de cas 7

#### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : VEPORI Célia
- **Âge** : 28 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Directrice
- **Niveau d'études** : Baccalauréat (baccalauréat français BAC+3)



#### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Nom de l'entreprise** :

A PERLA RARA

- **Domaine d'activité** :

Luxe et esthétique

- **Objectif de l'entreprise** :

Avoir plusieurs établissements sous cette marque en Corse, création d'un établissement touristique de luxe

- **Services proposés** :

Spécialisé dans les soins du visage et divers traitements de la peau. Centre de référence des meilleures technologies pour le visage et le corps

- **Nombre d'employés** :

7 employés

**A PERLA RARA**

L'EXPERTISAGE VISAGE

« Ne mettez pas d'obstacles sur votre chemin, croyez que tout est possible, vivez-le... et tout deviendra possible »

## PARCOURS PROFESSIONNEL

Célia VEPORI a créé cette idée d'entreprise en tant qu'étudiante-entrepreneuse, c'est-à-dire que pendant ses études, elle a créé son entreprise en collaboration avec le pôle PEPITE de son université. Elle souhaite faire carrière dans le secteur de l'esthétique et gérer un établissement qui correspond aux codes du luxe et du savoir-être qui l'ont menée à ce projet. Elle a créé PERLA RARA, le premier centre de luxe à Ajaccio spécialisé dans les soins du visage médico-esthétiques. Elle entend offrir une expertise qualitative mais aussi participer à la revitalisation du centre-ville d'Ajaccio.



- **Défis rencontrés :**

Lors de la création de son entreprise, elle a fait face à plusieurs défis : délais de réponse des banques, gestion des travaux d'un espace de 140 m<sup>2</sup> à réhabiliter, ses études, différents aménagements de projets...

- **Solution aux défis :**

Pour faire face à ces difficultés, elle a décidé de créer un comité de direction avec son expert-comptable, un avocat d'affaires et le service business de la Chambre des métiers de sa région. Elle préférerait cette option de création de comité de direction et ne souhaitait bénéficier d'aucune aide dans l'accompagnement de son projet.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Le développement de son entreprise se concentre sur le développement de son chiffre d'affaires et la création d'emplois. Elle travaille également sur des axes innovants et modernes, sur des partenariats et souhaite ouvrir d'autres centres dans la région.

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Célia VEPORI recommande aux futures entrepreneuses de s'entourer des meilleures et de bénéficier de la synergie des forces actives. Elle leur conseille également de « ne mettez pas d'obstacles sur votre chemin, croyez que tout est possible, vivez-le... et tout deviendra possible ».

## Étude de cas 8

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : JOSSEN Sarah
- **Âge** : 38 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Travailleuse indépendante
- **Niveau d'études** : Licence



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Son premier projet de travail indépendant était un projet d'artisanat, avec la création d'accessoires, de costumes pour enfants. Cette entreprise nommée Cocolune l'a menée à faire de nombreuses rencontres. Elle commence par faire des illustrations pour le Réseau Canopé de Corse. Aujourd'hui, c'est un partenaire fidèle avec qui elle travaille régulièrement sur de nouveaux projets.

Son entreprise indépendante se concentre sur l'illustration de livres pour les jeunes et les écoles et sur la création d'accessoires artisanaux pour les enfants.



- **Domaine d'activité** :

Aujourd'hui, elle a mis de côté la création artisanale en raison de la situation actuelle et se concentre sur l'illustration. Dès le premier confinement, elle commence à travailler avec une entreprise américaine sur une application de randonnée : Alltrails. Ce sont les deux facettes de son activité : l'illustration, les ateliers créatifs et la data company.

- **Objectifs de l'entreprise** :

A court terme, elle souhaite trouver le bon équilibre et finaliser les différentes commandes d'illustrations en cours. À plus long terme, elle prévoit de créer des projets personnels sur des livres pour enfants et développer une nouvelle collection pour Cocolune.

- **Services proposés** :

Illustration, design textile, identité visuelle, ateliers créatifs pour enfants - Analyse de données.

- **Nombre d'employés :**

0

- **Contact:**

**Numéro de téléphone professionnel :** 06 12 75 66 98

**Adresse e-mail :** [sarahjossen@gmail.com](mailto:sarahjossen@gmail.com)

**Site Web :** [sarahjossen.ultra-book.com/](http://sarahjossen.ultra-book.com/)

**Facebook :** Cocolune

**Instagram :** [\\_cocolune\\_](https://www.instagram.com/_cocolune_)

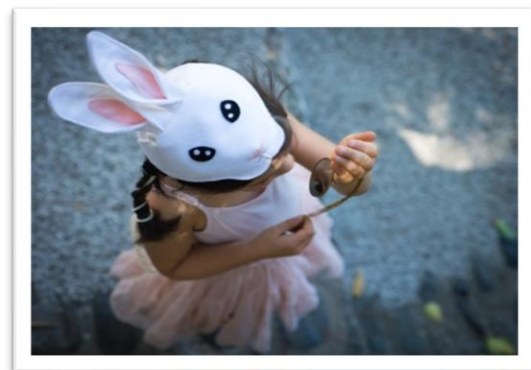
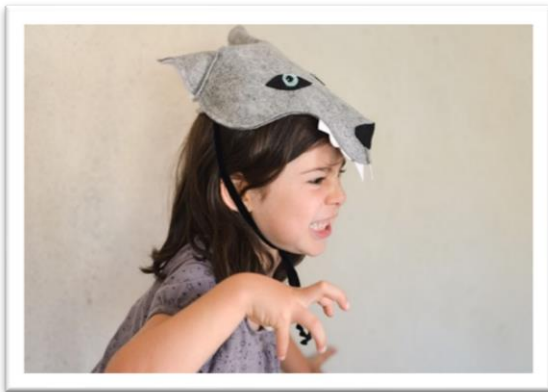
- **Présentation de l'activité :**

Cocolune : Costumes poétiques et accessoires remplis d'animaux, de matières douces et naturelles, Cocolune parle à l'imaginaire des enfants.

Elle crée des illustrations principalement pour les enfants, et participe à des associations dans des ateliers créatifs pour enfants (dessin, couture, travail manuel). (Avant le covid)

Elle travaille également sur l'analyse de données pour l'application Alltrails.

- **Photos de l'activité**



## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Sources d'inspiration pour l'idée d'entreprise:**

Elle a étudié la communication visuelle au HES-SO de Genève. Avant de travailler dans la création, elle a travaillé dans une librairie et a été responsable du service jeunesse. L'illustration pour les enfants est avant tout une passion, un univers. C'est en regardant ses filles grandir que le désir d'être avec elles l'a poussée à trouver l'inspiration nécessaire. Ses enfants aimaient se déguiser et Cocolune (son premier projet) était aussi le leur.

- **Statut social et situation avant la création de l'entreprise/activité :**

Employée, puis dans un incubateur, et maintenant statut de travailleuse indépendante en partie, mais quand elle était plus jeune, elle n'avait pas la confiance nécessaire pour franchir le pas. Au début, elle a pris d'autres chemins. Rencontrer des gens inspirants a été ce qui l'a poussée à créer.

- **Défis rencontrés :**

Lorsqu'elle est entrée dans l'incubateur avec l'idée de Cocolune (accessoires pour enfants), elle venait d'être licenciée pour raisons économiques. Elle a choisi de se lancer dans le commerce en tant qu'indépendante pour la flexibilité que cela lui offrait. Elle a deux filles et voulait avoir l'opportunité de les inclure dans son projet tout en ayant le temps de les voir grandir. Les mères et les mères célibataires, comme elle, sont responsables des enfants, de la maison et de leur travail. L'organisation est clairement la clé pour être indépendante, gagner sa vie sans être submergée par le projet. Le moindre obstacle reste compliqué.

- **Solution à ces défis :**

La diversification est l'option qu'elle a choisie et qui correspond à son tempérament. La création textile, les ateliers pour enfants et l'illustration sont des activités qui résonnent et se complètent. C'est aussi l'occasion pour elle d'avoir un métier « alimentaire » (entrepreneuse chez Alltrails) qui reste passionnant tout en ayant des projets créatifs. Et encore une fois l'organisation, en particulier la gestion du temps, est cruciale.

- **Organisme de soutien :**

Elle était accompagnée par l'incubateur d'activités Workinscop Sc'opara. Ce soutien lui a donné le courage de franchir le pas et de tester ses compétences. Elle a pu créer son statut de travailleuse indépendante de manière plus sereine en ayant déjà des contrats.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

La période actuelle est si incertaine qu'il est difficile de la prévoir sur plusieurs années. Ce qui lui semble essentiel, c'est de pouvoir se réinventer et saisir les opportunités qui se présentent. La créativité peut prendre de nombreuses formes!



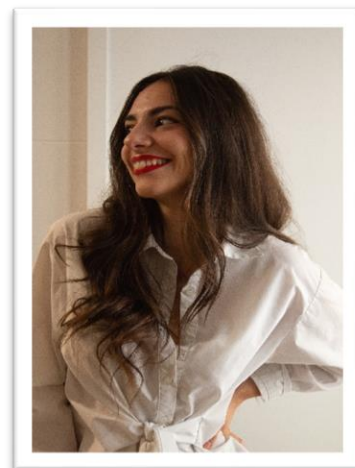
- **Recommandations pour les futures entrepreneuses :**

Elle croit que la chose la plus compliquée qui est apparue lorsque l'on parle aux entrepreneuses, c'est la confiance qui est placée les unes dans les autres. C'est là que les incubateurs ou les coopératives ont un rôle à jouer. Ce qu'elle conseillera aussi, c'est d'utiliser les réseaux sociaux pour créer un réseau avec des personnes dans le même domaine d'activité. Il y a de la bonne volonté parmi les créateurs, vous pouvez gagner du temps en leur demandant conseil.

## Étude de cas 9

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : MARA Eline
- **Âge** : 23 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Créatrice de contenu numérique/ auto-entrepreneuse
- **Niveau d'études** : Master (BAC +4)



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Nom de l'entreprise** :  
Maccè Studio
- **Domaine d'activité** :  
Création de contenu numérique et gestion de la communauté
- **Objectifs de l'entreprise** :  
Développer le studio, recruter, trouver des locaux
- **Services proposés** :  
Community management, Stratégie des médias sociaux, Photographie, Vidéo, Graphisme
- **Nombre d'employés** :  
Pas d'employé



---

*« Être motivée et confiante est la clé du succès ! »*

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Eline Mara s'est inspirée d'artistes (peintres, graphistes, illustratrices, photographes) et de femmes auto-entrepreneuses pour lancer son entreprise. Ses études en licence d'art et un an de licence professionnelle en communication visuelle l'ont menée à la création de son studio, spécialisé dans la création de contenus numériques et de community management.

- **Défis rencontrés :**

De nombreux défis sont apparus tout au long de son parcours entrepreneurial : peu de moyens pour l'achat d'équipements technologiques coûteux ou recherche de locaux et aussi le fait d'être soudainement confronté à ses choix dès la fin de ses études. Cependant, ces difficultés lui permettent de prendre confiance en elle, dans ses choix, dans la vision de son entreprise, et aussi d'être plus autonome. Elle était accompagnée par un incubateur et PEPITE Corse.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Elle entend développer son studio et être financièrement stable afin de recruter du personnel.

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Elle encourage les futures entrepreneuses à relever ce défi et à faire des rencontres qui peuvent transformer leur vie et leur donner un coup de pouce. Vous faites ce que vous aimez et vous le partagez avec des gens qui sont tout aussi passionnés. Être motivée et confiante est la clé du succès !

## Étude de cas 10

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : HAVOUDJIAN Nora
- **Âge** : 51 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Consultante/formatrice en ressources humaines
- **Niveau d'études** : Certificat de praticien en coaching de vie personnel et professionnel. Certificat de praticien en NPL (programmation neurolinguistique). Attestation d'étude en psychanalyse au CERFPA. Diplôme d'études supérieures en sciences économiques. Baccalauréat série G2 (Diplôme d'études secondaires)



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Nom de l'entreprise** :  
FORMA PRO CONSEIL
- **Domaine d'activité** :  
Conseil, évolution professionnelle, compétences relationnelles
- **Objectifs de l'entreprise** :  
Orientation et formation RH, soutien aux équipes ou aux individus dans l'amélioration du rendement
- **Services proposés** :  
Leadership & Management, Culture & Talent, Ventes & Marketing, Personnel & développement professionnel, support professionnel
- **Nombre d'employés** :  
Pas d'employé

---

« Construisez la vie dont vous êtes fière »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Histoire de l'entreprise :**

Nora Havoudjian a été formatrice et consultante pour l'AFPA, l'Agence nationale Française pour la formation professionnelle des adultes. Elle a choisi ce domaine parce qu'elle s'est très tôt passionnée par les individus essentiels pour les entreprises. Elle s'intéresse particulièrement au développement personnel et professionnel, « convaincue que la performance pérenne des organisations ne peut être combinée qu'avec l'épanouissement de leurs employés ».

Elle est polyvalente et intervient auprès d'un public varié en termes de communication, de gestion et de gestion des relations. Ceci se concrétise par des actions de formation, un accompagnement des individus et des équipes dans leur recherche de cohérence, d'efficacité et de réussite professionnelle. Nora Havoudjian est convaincue de la puissance et de l'efficacité que « les individus et les équipes peuvent atteindre lorsqu'ils sont alignés sur un projet commun et lorsque la synergie de leurs talents est recherchée et valorisée.

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

L'une de ses inspirations concernant l'entrepreneuriat est une citation de Havner : « Le plus grand bien que nous puissions faire pour les autres n'est pas de leur communiquer notre richesse, mais de la leur révéler ».

- **Défis rencontrés :**

Au cours de sa carrière d'entrepreneuse, elle n'a pas rencontré de défis majeurs mais plutôt des opportunités, notamment celle de devenir membre de l'association Working Sc'opara, ce qui lui permet d'exploiter la faisabilité de son projet et de se développer en tant qu'indépendante.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Elle entend développer son activité en répondant aux appels d'offres mais aussi en prospectant des organismes, des organisations et des entreprises.

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

C'est avec ces mots qu'elle encourage les futures entrepreneuses à prendre confiance et à se lancer dans cette aventure : « Ayez confiance, profitez de l'aventure, agissez selon vos propres règles et construisez la vie dont vous êtes fières.»

## Étude de cas 11

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : LEZIER Sylvie
- **Âge** : 54 ans
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Manager et photographe
- **Niveau d'études** : Certificat général d'enseignement secondaire



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Nom de l'entreprise** :  
Sylvie Lezier
- **Domaine d'activité** :  
Photographie - Prestation de services aux particuliers et aux professionnels
- **Objectifs de l'entreprise** :  
Développer l'activité (internationale) — Notoriété du studio
- **Services proposés** :  
Portraits, reportage photo, entreprise, industriel, mode, produits et photographie culinaire, formation
- **Nombre d'employés** :  
Aucun employé

---

«Ne vous sous-estimez jamais,[...], n'ayez pas peur de l'échec, apprenez toujours »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

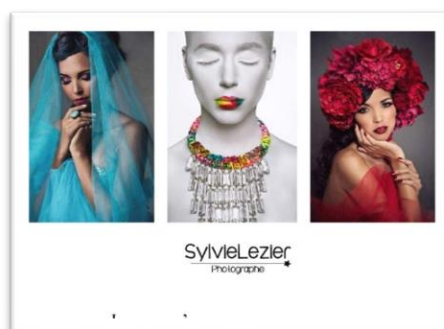
- **Histoire de l'entreprise :**

Passionnée de photographie et inspirée par les photographes qu'elle admirait, Sylvie Lezier pratique cet art depuis des années en tant qu'amateur en plus de prendre soin de sa famille et de ses enfants. Elle gagne sa vie en faisant des petits boulots. Malgré une lourde charge de travail par rapport à ses responsabilités de mère au foyer et une carrière scolaire qui ne l'a pas formellement préparé à sa passion, elle a décidé de se lancer professionnellement dans ce domaine qu'elle aime tant en tant qu'auto-entrepreneuse. Elle croit que les études littéraires qu'elle a suivies dans sa carrière scolaire lui ont certainement ouvert l'esprit à la création artistique.



- **Défis rencontrés :**

Elle pense que l'organisation de sa vie personnelle avant sa carrière professionnelle lui a permis de lancer son projet au bon moment de sa vie. Les plus grands défis qu'elle a rencontrés dans ce projet étaient principalement ceux avec elle-même.



- **Solution à ces défis :**

Pour surmonter ces défis, elle s'est entourée de personnes positives, a rejoint un groupe ou un syndicat de professionnels de la photographie, s'est formée aux nouvelles pratiques de photographie et a participé à des concours. La passion, la volonté, le travail et le besoin de reconnaissance et d'apprentissage ne sont pas étrangers à son succès. Sa persévérance lui a permis de surmonter et d'apprendre de ses échecs.





- **Organisme de soutien :**

Depuis ses débuts et jusqu'à présent, elle n'a jamais été soutenue par un organisme de soutien ou une association et a réalisé tout son parcours en tant entièrement autodidacte.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Elle souhaite développer son activité à l'international en continuant à offrir de la qualité à ses clients et en utilisant sa personnalité et ses compétences et aptitudes personnelles.

- **Recommandations pour les futures entrepreneuses :**

Ce qu'elle conseille aux futures entrepreneuses : « entourez-vous de personnes gentilles et positives, ne vous sous-estimez jamais, ayez des projets même éloignés, n'ayez pas peur de l'échec, rappelez-vous toujours d'où vous venez, apprenez toujours et respectez le chemin que vous prenez tout en vous respectant. Si je peux le faire, elles peuvent le faire. »





## Étude de cas 12

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Meszaros Karine
- **Nationalité** : Française
- **Statut professionnel** : Consultante en Communication et Marketing – Bilingue Italien
- **Niveau d'études** : Master en communication digitale  
Diplôme Européen en Marketing International (Bac+ 3)



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Aroma Communication est née d'expériences humaines, professionnelles et de missions à l'international. Aussi, cette idée d'entreprendre a toujours été présente et s'est construite autour d'un fil rouge : la volonté de faciliter le développement de l'entreprise et ma passion pour l'Italie.



- **Domaine d'intervention** :

Communication / Marketing / International / développement commercial

- **Objectifs de l'entreprise** :

Être une animatrice du développement entrepreneurial sur la zone transfrontalière France – Italie

- **Services proposés** :

Communication & marketing

Développement commercial France/Italie

Gestion de projet

- **Nombre d'employés** :

1 + équipe freelance

- **Contact** :

Site Web : [www.aroma-communication.fr](http://www.aroma-communication.fr)

Courriel : [karine@aroma-communication](mailto:karine@aroma-communication)

---

Citation de l'entrepreneuse : « Si tu peux rêver, c'est que tu peux le faire »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Mes expériences, mes valeurs et l'inspiration de la Toscane.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Salariée

- **L'organisation d'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui

- **Difficultés rencontrées :**

Sans doute la polyvalence et la difficulté d'occulter certaines compétences pour me spécialiser.  
La difficulté de « se vendre » et d'entrer en relation avec les bonnes personnes.

- **Solution aux défis :**

S'entourer, échanger et intégrer les réseaux d'entrepreneurs et réseaux spécialisés  
S'inspirer d'expériences réussies et de coachs reconnus.

- **Organisation de soutien :**

Je suis proche de réseaux de soutien aux Start ups et à l'innovation. J'adhère à des réseaux qui m'intéressent.

J'entretiens des relations avec mes collègues, collaborateurs et clients.

- **Plan de durabilité de l'entreprise**

Capitaliser sur les réussites dans l'accompagnement d'entreprises sur la zone transfrontalière France-Italie

Monter en compétences et augmenter le niveau de responsabilité des missions

Augmenter le CA et investir dans l'alternance dans un premier temps.

Nouer des partenariats

Maintenir une base de 35% à 40% d'interventions en Centre de Formation

Recentrer mon image et redéfinir le nom de mon entreprise pour plus de lisibilité.

- **Recommandation à l'intention des futures entrepreneuses :**

Écouter cette petite voix qui te dit : « j'ai envie, j'ai besoin, je veux me réaliser dans l'entrepreneuriat et je sais que j'en suis capable ». Ne jamais cesser d'y croire. Ancrer dans son esprit que le mot échec n'existe plus et le remplacer par le mot expérience. Ne pas partir dans tous les sens, prendre le temps de la réflexion, s'entourer. Le choix d'un tremplin comme Boréal Innovation a été pour moi un soutien précieux.

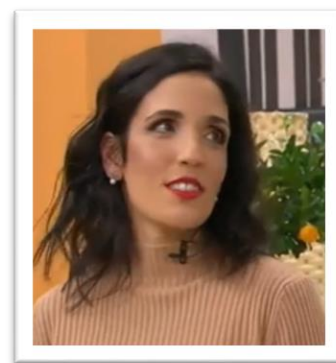
## Portraits de créatrices d'entreprises portugaises

*Collectés par Mindshift*

### Étude de cas 13

#### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Sofia Prata
- **Âge** : 34 ans
- **Nationalité** : Portugaise
- **Statut professionnel** : Entrepreneuse et directrice de *Branca de Neve* - Home Jungle
- **Niveau d'études** : enseignement secondaire



#### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Branca de Neve [Blanche-Neige] - Home Jungle est une boutique en ligne pour la maison et le jardin. Branca de Neve a été fondée en 2020, à Porto, par Sofia Prata. Amoureuse des plantes depuis qu'elle est petite, Sofia Prata a toujours eu la volonté de créer sa propre entreprise. Mais c'est pendant la pandémie de COVID-19 qu'elle a décidé de sortir de sa zone de confort et a pris le risque de lancer une nouvelle entreprise - une boutique en ligne dédiée à la vente de plantes d'intérieur. Sofia ne vend pas seulement des plantes d'intérieur, elle vend des pots et des cintres faits à la main, qu'elle livre directement à ses clients. De plus, après la vente, elle fournit des conseils de soins à ses clients.



- **Domaine d'activité** :

Boutique en ligne

- **Objectifs de l'entreprise** :

Apporter la nature chez soi et au travail, pour augmenter le bien-être

- **Services proposés** :

Home design et jardinage, vente de plantes d'intérieur, création et planification de jardins et jardins verticaux

---

« Nous devons poursuivre nos rêves, prendre des risques et sortir de notre zone de confort »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Sofia Prata a été élevée à proximité de la nature et des plantes, et elle s'est prise de passion pour ces dernières.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Chômeuse

- **Défis rencontrés :**

Selon Sofia Prata, sortir de sa zone de confort et prendre le risque inhérent de lancer une nouvelle entreprise, sans savoir comment les choses vont se passer était la chose la plus difficile à faire

- **Solution aux défis :**

Après avoir passé neuf ans à réfléchir à la façon de créer une entreprise prospère, Sofia Prata a eu le courage d'aller de l'avant et de surmonter ses préoccupations, et elle a compté sur sa créativité et sa résilience pour créer son entreprise pendant la pandémie de COVID-19. Le mari de Sofia a été très solidaire et l'aide avec les commandes, l'emballage et les livraisons.

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Ne vous adaptez pas à un emploi ou à un métier que vous n'aimez pas, surtout, nous devons poursuivre nos rêves, prendre des risques et sortir de notre zone de confort.

## Étude de cas 14

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

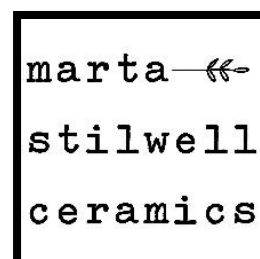
- **Nom:** Marta Stilwell
- **Âge:** 29 ans
- **Nationalité:** Portugaise
- **Statut professionnel :** Entrepreneurse numérique/artiste/céramiste/consultante RH
- **Niveau d'études :** Master



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise :**

Marta Stilwell Ceramics est une entreprise née de sa passion pour l'argile. En 2017, Marta Stilwell a reçu un cadeau particulier, l'opportunité de visiter un atelier de céramique. Après cette visite, elle s'est sentie tellement passionnée par le métier qu'elle a décidé de continuer à travailler avec de l'argile. Marta avait un poste à temps plein en tant que consultante en ressources humaines, mais sur son temps libre, Marta a commencé à produire avec enthousiasme de belles pièces en céramique peinte. Fin 2017, Marta a décidé de faire un choix risqué : elle quitte son emploi à temps plein et en 2018, devient consultante RH indépendante, et crée la marque Marta Stilwell Ceramics. Marta a déclaré qu'elle se sentait profondément touchée par les encouragements fournis par sa famille et ses amis, ce qui était essentiel pour elle afin de créer sa marque et poursuivre cette entreprise. Bien que la céramique soit un art assez traditionnel, Marta a consacré tous ses efforts à promouvoir sa marque et son travail sur les plateformes numériques (comme Instagram et Facebook). Jusqu'à présent, elle a très bien réussi à combiner tradition et innovation. Ainsi, elle n'est pas seulement une artiste talentueuse, mais aussi un exemple flagrant d'entrepreneuriat numérique.



- **Domaine d'activité :**

Arts

- **Objectifs de l'entreprise :**

Fourniture de pièces en céramique belles et uniques

- **Services proposés :**

Vente de pièces artistiques en céramique

---

« Établir une cohérence de marque et une identité forte sont la clé »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Marta a toujours aimé la céramique. Elle a grandi en regardant sa mère restaurer de belles pièces de porcelaine dans son atelier d'origine

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Consultante RH

- **Défis rencontrés :**

Communiquer sur sa marque et ses produits via des plateformes en ligne à été un défi, dit Marta, car les clients sont habitués à voir les pièces en céramique avant de les acheter. Le système de livraison des commandes fut également un défi, car l'envoi de céramique par la poste est risqué

- **Solution aux défis :**

Marta a créé une salle d'exposition privée chez elle dans laquelle elle invite les clients potentiels à voir les pièces si nécessaire. En ce qui concerne le système de livraison des commandes, ainsi que les ventes dans plusieurs magasins physiques, Marta a fixé un point de livraison spécifique à Lisbonne

- **Organisme de soutien :**

Le plus important était l'encouragement de mes amis et de ma famille et les commentaires positifs. Au fur et à mesure que le processus de création de la marque et d'exposition des pièces sur les plateformes numériques évoluait, plusieurs magasins ont établi un contact et le réseau Portugal Manual (composé d'artisans et d'entrepreneurs contemporains) m'a offert un soutien en termes de promotion de la marque

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Les éléments les plus importants pour créer une marque sont la cohérence et une identité forte

## Étude de cas 15

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Ana Maria Pereira
- **Âge** : 63 ans
- **Nationalité** : Portugaise
- **Statut professionnel** : Entrepreneuse et directrice générale des magasins Pax Júlia
- **Niveau d'études** : école élémentaire



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :



Pax Júlia a été fondée il y a vingt ans par Ana Maria Pereira dont l'histoire est, en effet, inspirante. Ana Maria a commencé à travailler comme couturière à un très jeune âge, 12 ans. Ana Maria Pereira aimait son travail, mais elle était également une vendeuse très compétente, et elle se consacrait à la vente de vêtements pour bébés, de cosmétiques, etc. L'entreprise où elle travaillait a été restructurée et on lui a proposé une compensation en échange de son départ. Avec une partie de cet argent, elle a acheté une machine à coudre industrielle et a créé sa première entreprise, qui consistait en un studio de couture. Mais elle en voulait plus, elle voulait travailler dans le commerce de détail. Après avoir commencé à travailler comme vendeuse dans un magasin de vêtements, où elle a travaillé pendant dix ans. Lorsque son employeur est tombé malade, on lui a offert la possibilité de conserver l'entreprise. Elle a pesé le pour et le contre, a décidé d'accepter l'offre et a demandé un prêt dans ce but. Au cours des deux années suivantes, Ana Maria Pereira travaillait sept jours par semaine, quatorze heures par jour, vendant et cousant du tissu. Elle n'avait pas d'employés pendant cette période. Les choses ont commencé à changer et elle a pu commencer à recruter du personnel. Actuellement elle a des collaborateurs à temps plein et deux magasins : l'un vend des vêtements pour femmes et hommes et l'autre vend de la lingerie. Lors de la pandémie de COVID-19, Ana Maria Pereira a non seulement renforcé sa présence sur les médias sociaux, où elle a fait plusieurs campagnes promotionnelles, mais elle a également commencé à produire des masques sociaux pour ses clients.

- **Domaine d'activité** :

Vente de vêtements au détail

- **Objectifs de l'entreprise** :

Vendre des vêtements et offrir un service personnalisé à la clientèle



- **Services proposés :**

Vente de vêtements pour femmes et pour hommes ainsi que de la lingerie

- **Nombre de salariés :**

3

---

« La meilleure publicité que je puisse avoir, c'est la satisfaction de mes clients »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

La volonté d'Ana Maria Pereira d'être vendeuse et son expérience dans le secteur de la vente au détail

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Vendeuse au détail

- **Défis rencontrés :**

La gestion des commandes, le risque inhérent, la responsabilité d'avoir une entreprise et les salaires à payer

- **Solution aux défis :**

Ana Maria Pereira a toujours été très prudente lorsqu'elle s'occupait des tâches de gestion, sa priorité a toujours été d'honorer ses responsabilités

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« Faites ce que vous aimez faire professionnellement, mais soyez responsable, calculez le risque »

## Étude de cas 16

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Madalena Rugeroni
- **Âge** : 29 ans
- **Nationalité** : Portugaise
- **Statut professionnel** : Directrice nationale et leader de Too Good to Go Portugal
- **Niveau d'études** : diplôme en relations internationales et journalisme



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Madalena Rugeroni a vécu aux États-Unis pendant cinq ans, où elle a étudié et travaillé dans plusieurs entreprises comme Google, Young & Rubicam et Havas Media Worldwide. Lorsque Madalena a décidé de retourner au Portugal, elle avait pour objectif de créer sa propre entreprise, une start-up qui combinait la technologie avec son amour pour la nourriture. Elle a créé Misk, un réseau social taillé sur mesure pour personnaliser les expériences gastronomiques de ses utilisateurs, leur permettant de trouver des recommandations. Cette entreprise a toutefois pris fin.

Puis l'occasion est apparue, en 2019, lorsque Madalena Rugeroni est devenue directrice nationale de Too Good to Go, dont la mission est d'agir contre le gaspillage alimentaire, visant à générer un changement positif dans la société et l'environnement. Ce mouvement, créé au Danemark, est construit sur une application qui permet aux utilisateurs d'acheter de la bonne nourriture dans les restaurants, les hôtels et les supermarchés. Étant une passionnée, en un an, Madalena Rugeroni a sauvé plus de 100 000 repas qui étaient destinés à se retrouver à la poubelle.

- **Domaine d'activité** :

Start-up numérique et entrepreneuriat social

- **Objectifs de l'entreprise** :

Lutter contre le gaspillage alimentaire



- **Services proposés :**

Utiliser la technologie numérique pour connecter les gens et leur donner les moyens de réduire le gaspillage alimentaire

---

« L'important, c'est que chacun fasse de son mieux »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Madalena Rugeroni est une passionnée de bouffe qui aime la technologie. Ayant un fort profil entrepreneurial, Madelena a introduit un projet très innovant au Portugal.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Entrepreneuse

- **Défis rencontrés :**

Madalena Rugeroni a dû faire face au scepticisme lorsqu'elle a parlé de son projet, au début, les gens ont trouvé son idée d'entreprise étrange.

- **Solution aux défis :**

Elle a surmonté cette situation en prouvant que le projet d'entreprise Too Good to Go fonctionne et a un but, qui est pertinent pour les clients eux-mêmes.

- **Organisme de soutien :**

Too Good to Go

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« Créer une entreprise ayant un but »

## Étude de cas 17

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Liliana Pereira
- **Âge** : 39 ans
- **Nationalité** : Portugaise
- **Statut professionnel** : Entrepreneurse et gestionnaire de l'environnement
- **Niveau d'études** : Diplôme d'ingénieur en environnement et post-diplôme en cosmétologie avancée



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Caracóis Saudáveis – Método Curly Girl [Boucles saines - Méthode de la fille bouclée] est un projet né, en 2017, pour répondre aux besoins personnels de Liliana Pereira. À cette époque, Liliana Pereira n'était pas satisfaite de l'apparence de ses cheveux et elle avait du mal à surmonter la situation. Elle a commencé à faire des recherches sur les produits capillaires et la routine quotidienne qu'elle devrait adopter pour améliorer l'apparence de ses cheveux. Liliana découvre le manuel Curly Girl, de Lorraine Massey, et décide de l'expérimenter. Elle est devenue une passionnée de la méthode et elle a eu tellement de succès que ceux qui l'entouraient ont commencé à remarquer et à la féliciter pour les changements obtenus sur ses cheveux bouclés qui ont l'air d'être de plus en plus sains et beaux. En janvier 2018, alors que des personnes commençaient à l'approcher pour lui demander son avis d'experte, elle a décidé de créer une page Facebook et un groupe, qui se sont multipliés. En quelques mois, elle a créé deux autres groupes (l'un axé sur les enfants aux cheveux bouclés, l'autre sur les produits capillaires). Liliana a progressivement augmenté sa présence sur d'autres plateformes numériques et maintenant, elle a une présence régulière sur TikTok, YouTube et Instagram. Parallèlement aux actions de marketing digital, Liliana travaille en tant que consultante offrant ses conseils d'expert à tous ceux qui souhaitent suivre la méthode et réalise plusieurs ateliers ciblant les coiffeurs professionnels. Enfin, s'appuyant sur ses connaissances en chimie, elle a créé une casquette pour améliorer les résultats des produits de traitement capillaire.



- **Domaine d'activité** :

Conseil beauté et vente de produits capillaires

- **Objectifs de l'entreprise :**

Soutenir ceux qui veulent accepter et améliorer leurs boucles ou boucles naturelles, en veillant à ce que leurs cheveux restent en bonne santé

- **Services proposés :**

Conseil, ateliers et produits capillaires

- **Nombre de salariés :**

3

---

« Autonomiser les femmes en valorisant les cheveux bouclés »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

La source d'inspiration provient de Lorraine Massey, que Liliana Pereira a eu la chance de rencontrer en personne, quand elle est allée à New York, lorsqu'elle a visité son salon de coiffure

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Gestionnaire environnemental

- **Défis rencontrés :**

Contraintes de temps, car Liliana continue d'occuper un poste à temps plein et a un enfant

- **Solution aux défis :**

Elle ne dort pas beaucoup, dit-elle, mais faire ce qu'elle aime la permet de continuer

- **Recommandation pour les futurs entrepreneurs :**

« La résilience et la persévérance font la différence. Travailler pour un salaire ne suffit pas, il faut chercher la réalisation personnelle et aider d'autres personnes »

## Étude de cas 18

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Manuela Medeiros
- **Âge** : 68 ans
- **Nationalité** : Portugaise
- **Statut professionnel** : Entrepreneur, fondatrice et propriétaire de PARFOIS



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Manuela Medeiros est l'exemple type de pionnière et d'entrepreneuse très prospère. Au cours des 25 dernières années, elle a réussi à créer un empire en partant de rien. Manuela Medeiros est la créatrice de la marque d'accessoires de mode PARFOIS (portefeuilles, sacs à main, chaussures, bijouterie, mouchoirs, chapeaux, valises, ceintures et, récemment, vêtements). Le premier magasin a été ouvert, en 1994, à Porto. Manuela Medeiros avait alors 42 ans.

Manuela Medeiros a eu son idée d'entreprise après avoir fait plusieurs voyages à Londres, où elle a toujours trouvé plusieurs magasins d'accessoires de mode pour femmes. Le concept de la marque était également essentiel, car Manuela Medeiros a construit son entreprise en s'appuyant sur une approche démocratique des accessoires de mode féminin.

Le succès de la marque a conduit à son expansion grâce à des franchises. En 2019, PARFOIS a atteint le nombre impressionnant de 1000 magasins physiques au Portugal, et 805 à l'étranger. De plus, la marque a une forte présence dans les médias sociaux et une boutique en ligne. Tous les produits Parfois sont conçus en interne par une équipe de 40 designers et les boutiques reçoivent des nouveautés chaque semaine. La majorité des employés de Parfois sont des femmes (80 %, en 2019).

- **Domaine d'activité** :

Vente au détail d'accessoires de mode féminine

- **Objectifs de l'entreprise** :

Produire et vendre des accessoires de mode abordables



- **Services proposés :**  
Conception, production et vente d'accessoires de mode pour les femmes
  - **Nombre de salariés :**  
3121 salariés directs (hors magasins franchisés)
- 

« Je laisse l'équilibre aux comptables. Pour moi, le plus important est d'avoir des objectifs pour l'avenir »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**  
Lors de son voyage à Londres, Manuela Medeiros a toujours aimé visiter les magasins d'accessoires de mode pour femmes, comme Top Shop, car il n'y avait rien de similaire au Portugal
- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**  
Manuela Medeiros était déjà entrepreneuse ; elle possédait un magasin de vêtements à Porto
- **Défis rencontrés :**  
La gestion et le mentorat des ressources humaines sont les plus difficiles
- **Solution aux défis :**  
Manuela Medeiros valorise l'ambition, la disponibilité et l'engagement lors du recrutement du personnel. Elle souligne qu'une bonne équipe est cruciale pour aller aussi loin.
- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**  
Toujours regarder vers l'avenir

## Portraits de créatrices d'entreprises espagnoles

*Collectés par GDOCE*

### Étude de cas 19

#### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Maria Xosé Silvar Fernandez
- **Âge** : 38 ans
- **Nationalité** : Espagnole
- **Statut professionnel** : chanteuse-auteure-compositrice
- **Niveau d'études** : Baccalauréat + Master



#### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Historique d'entreprise** : SES

Elle a toujours fui un business model traditionnel car elle n'aime pas se considérer comme un employeur. Elle voulait travailler selon ses propres règles et être créative. C'est pourquoi elle a commencé son groupe où elle est la chanteuse et aussi l'autrice.



- **Domaine d'activité** :

Musique

- **Objectifs de l'entreprise** :

Partager ses messages et ses créations artistiques. Promouvoir la musique et la langue galicienne.

- **Services proposés** :

Musique folklorique, musique galicienne, concerts.

- **Nombre d'employés** :

Elle est auteure-compositrice-interprète, mais elle réunit parfois jusqu'à 11 collègues.



---

« Commencez à faire ce que vous aimez afin d'être la personne que vous aimez »

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Sa volonté de développer son travail qui est aussi sa passion avec ses propres règles et comme elle le voulait.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Étudiante et employée.

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Non.

- **Défis rencontrés :**

Facteurs socio-économiques, Mariage + enfants, défis organisationnels, etc. : être une femme de premier plan est encore difficile de nos jours, obstacles émotionnels.

- **Solution aux défis :**

Elle s'estime chanceuse mais est consciente que de nombreux problèmes peuvent survenir. Pour les personnes ayant des enfants, par exemple, il peut être essentiel d'avoir de l'aide afin de continuer à travailler sans avoir à abandonner d'autres choses.

- **Organisme de soutien :**

Incubateurs d'entreprises, couveuses, organismes mentors

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Pas encore établi

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« Commencez par faire ce que vous aimez afin d'être la personne que vous aimez ; il est important d'être constant »

## Étude de cas 20

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Águeda Ubeira Navazas
- **Âge** : 35 ans
- **Nationalité** : Espagnole
- **Statut professionnel** : Propriétaire d'une petite entreprise
- **Niveau d'études** : Bac



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Chupipostres est une entreprise de fabrication de desserts. L'une de ses caractéristiques est la possibilité de commander un petit-déjeuner de livraison à domicile avec des produits faits maison.

- **Domaine d'activité** :

Petite entreprise dans le secteur de la restauration

- **Objectifs de l'entreprise** :

Poursuivre sa croissance

- **Services proposés** :

Service de fabrication de desserts et de livraisons à domicile

- **Nombre d'employés** :

4

### PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise** :

Le blog qu'elle avait avec son fils et le fait que les cupcakes, le fondant et toutes les boutiques inspirées de la boulangerie étaient très à la mode en cette période. De plus, là où elle vit, elle a découvert qu'il y avait un créneau de marché pour l'entreprise.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Employée

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Non

- **Défis rencontrés :**

Tous les obstacles juridiques et bureaucratiques

- **Solution aux défis :**

Embauche de conseillers, formation...

- **Organisme de soutien :**

Non

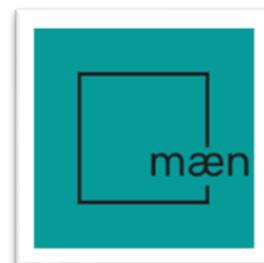
- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Non

## Étude de cas 21

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Maen
- **Âge** : 43 ans
- **Nationalité** : Espagnole
- **Statut professionnel** : Travailleuse indépendante
- **Niveau d'études** : Diplôme d'études secondaires



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise:**

Maen Life

Maen Life accompagne les gens afin de les guider et de les aider à être qui ils veulent être et non qui ils doivent être. Elle travaille avec ses propres outils comme le « planificateur de vie » et d'autres outils tels que PNL, coaching, pleine conscience, systémique et psychothérapie.

- **Domaine d'activité :**

Autres

- **Objectifs de l'entreprise :**

Exposer aux individus leurs méthodes afin de les aider.

- **Services proposés :**

Maen appelle ses services « étapes » et il y a plusieurs « étapes de la vie » en fonction de chaque situation actuelle de la personne, et elle travaille également avec des « étapes du planificateur » qui aident les gens à planifier leur vie afin qu'ils puissent vivre leur moment et planifier leur espace pour profiter de leur vie.

- **Nombre d'employés :** 1

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Sa propre expérience de vie et la question de savoir comment gérer nos pensées et donc nos émotions et définitivement la perception que nous avons de la vie.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Employée

- **L'organisation de l'entreprise correspond ou non au domaine d'études :**

Oui

- **Défis rencontrés :**

Maen explique que chaque jour est un défi, car les gens progressent d'une manière différente. Elle adapte ses outils à chaque personne et non l'inverse. D'un autre côté, avant la pandémie de COVID-19, elle ne travaillait qu'en présentiel et cela a été un défi pour elle de s'adapter à tout le monde pour travailler en ligne.

- **Solution aux défis :**

Elle est toujours à la recherche de nouvelles solutions, observe les autres et adapte des solutions à son problème.

- **Organisme de soutien :**

Non.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Non réalisé

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Il est vraiment important, avant d'aller plus loin avec votre idée d'entreprise, d'avoir les idées claires et d'analyser pourquoi vous souhaitez vous lancer. La deuxième étape, lorsque nous sommes sûrs de ce que nous voulons créer / développer, c'est de le faire de l'intérieur vers l'extérieur, non pas du produit à la personne, mais des gens au produit.

## Étude de cas 22

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Maria del Mar Vazquez
- **Âge** : 47 ans
- **Nationalité** : Espagnole
- **Statut professionnel** : Travailleuse autonome
- **Niveau d'études** : Associate degree



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise:**

Cun Estética y Bienestar

Cun Estética y Bienestar est la fusion de deux passions, un lieu où le soin, la détente et la beauté se rencontrent avec force, énergie et passion. C'est un espace de soin et de bien-être où vous pouvez venir vous détendre pendant un moment et prendre soin de vous de temps en temps.

Maria a toujours pensé à créer un nouveau concept de centre de beauté, plus conforme à l'idée d'un spa urbain dans lequel les gens pourraient aller se détendre et prendre soin de leur peau en même temps. Elle a toujours travaillé comme technicienne qualifiée en esthétique dans différents centres jusqu'à ce qu'en 2017 elle décide de diriger son propre centre plus spécialisé dans le bien-être et les traitements naturels.

- **Domaine d'activité :**

Bien-être et esthétique

- **Objectifs de l'entreprise :**

Offrir des services esthétiques et aider les clients à avoir une peau plus saine grâce à des produits et techniques naturelles.

- **Services proposés :**

Soins du corps et du visage, massages, traitements naturels (thérapie du bois, réflexologie, etc.).

- **Nombre d'employés :**

1

---

*Les amis sont vraiment importants quand il s'agit de lancer un nouveau projet*

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Maria a toujours été intéressée par les soins personnels, non seulement à l'extérieur, mais aussi à l'intérieur, ce qui l'a amenée à suivre différents cours et formations à ce sujet.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Travailleuse dans une clinique/centre de beauté.

- **L'organisation de l'entreprise correspond ou non au domaine d'études :** Non.

- **Défis rencontrés :**

Un énorme manque de compétences numériques. De nos jours, dans une entreprise comme celle-ci, les compétences technologiques pour mettre en œuvre une bonne stratégie de dissémination sur les réseaux sociaux sont essentielles. De plus, pour obtenir de nouveaux clients potentiels, savoir comment organiser une campagne publicitaire via les médias sociaux ou comment configurer vos données d'entreprise sur Internet sont des étapes essentielles. De plus, la gestion d'une entreprise nécessite des compétences en gestion et en organisation auxquelles nous ne sommes pas habitués lorsque nous ne sommes qu'employés.

- **Solution aux défis :**

Grâce à des amis qui l'ont aidée et à sa volonté de gérer sa propre entreprise, Maria a commencé à acquérir ces compétences importantes. Elle a également suivi quelques formations afin d'améliorer sa confiance et ses compétences numériques.

- **Organisation de soutien :**

Non.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :** Non réalisé.

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« Il est vraiment important de pouvoir se différencier des autres afin d'être spécialiste de quelque chose que vous pouvez offrir à vos clients et ainsi ils se souviendront de vous ou de votre entreprise pour cette raison »

## Étude de cas 23

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Elena Ferro Lamela
- **Âge** : 37 ans
- **Nationalité** : Espagnole
- **Statut professionnel** : Artisan
- **Niveau d'études** : Master



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Nom et histoire de l'entreprise** :

Eferro zocos e coiro: Elena poursuit une tradition familiale d'artisans fabriquant des sabots galiciens traditionnels. Cette façon artisanale de produire des sabots était sur le point de disparaître, mais maintenant, elle revient grâce à la volonté de créer des modèles plus modernes et ergonomiques. Eferro se situe parmi les marques qui ont permis cette revitalisation.

- **Domaine d'activité** :

Petites entreprises (commerce)

- **Objectifs de l'entreprise** :

Maintenir la profession d'artisan qui était en train de se perdre.

- **Services proposés** :

Sabots galiciens traditionnels et aussi des modèles plus modernes et plus ergonomiques.

- **Nombre d'employés** :

9

### PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise** :

La volonté de conserver un emploi familial pour préserver un atelier artisanal traditionnel.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité** :

Employée à l'atelier



- **Organisation de l'entreprise correspond ou non au domaine d'études :**

Non

- **Défis rencontrés :**

Facteurs socio-économiques, mariage + enfants, défis organisationnels, Acceptation du produit par les clients.

- **Solution aux défis :**

Essayez de mettre en œuvre de nouveaux modèles ou des changements dans leurs produits pour atteindre les objectifs des clients.

- **Organisation de soutien :**

Non

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Non

## Étude de cas 24

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom:** Nuria Fernandez Delgado
- **Âge:** 43 ans
- **Nationalité:** espagnole
- **Statut professionnel :** Comptable et gestionnaire des réseaux sociaux
- **Niveau d'études :** Baccaauréat et Master



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise : Nufede**

Nuria gère son entreprise à partir de sa marque personnelle, Nufede. Elle gère les réseaux sociaux des entreprises, propose des audits et du mentorat et elle est également formatrice dans le secteur des réseaux sociaux, devenant formatrice officielle Facebook en 2019 pour la région Castilla y León. En 2019, elle crée son premier produit physique, le Community Planner. En 2020, elle lance son premier produit d'information, une formation à l'utilisation des hashtags. Elle crée également des stratégies de marketing. Nuria donne de la visibilité aux entreprises et aux entreprises qui veulent se développer sur les réseaux sociaux.

- **Domaine d'activité :**

Marketing

- **Objectifs de l'entreprise :**

Doubler le nombre de clients et créer une équipe de travail pour l'aider à créer plus d'entreprises.

- **Services proposés :**

Gestion de réseau, création de stratégies, mentorat, audits, formation relative aux réseaux sociaux, vente de planificateurs communautaires et d'infoproduit de formation.

- **Nombre d'employés :**

1 (bien qu'elle compte sur 2 collaborateurs pigistes)

---

*« Lancer une entreprise sans plan établi, c'est se lancer à l'aveugle »*

---

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

La volonté d'entreprendre sa propre entreprise.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Employée

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Non

- **Défis rencontrés :**

La méconnaissance de ce domaine par la cliente, pas de subvention ou d'aide pour les entrepreneuses.

- **Solution aux défis :**

Former son public à comprendre l'importance d'être présent sur les réseaux sociaux. En ce qui concerne les subventions, elle n'a trouvé aucune solution.

- **Organisme de soutien :**

Incubateurs d'entreprises, couveuses, organisations de mentors, etc...

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Non réalisé

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Si vous croyez en votre projet, travaillez dur, montrez qu'il y a un besoin, montrez ses avantages, faites beaucoup de réseautage et ayez toujours un plan B, les revenus ne doivent jamais être générés par un seul canal.

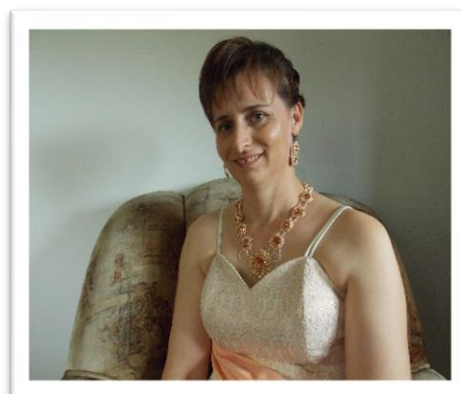
## Portraits de créatrices d'entreprises polonaises

*Collectés par Viva Femina*

### Étude de cas 25

#### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Renata Kaczmarzyk
- **Âge** : 41 ans
- **Nationalité** : Polonaise
- **Statut professionnel** : Travailleuse indépendante
- **Niveau d'études** : Master en gestion financière



#### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Historique de l'entreprise** :

Renata travaille sous son propre nom et prénom, elle voulait être reconnue ainsi, et non sous un nom à consonance étrangère.

Son entreprise a débuté il y a environ 8 ans lorsqu'elle s'est achetée une parure de bijoux en ligne. Malheureusement, le produit n'a pas répondu à ses attentes, il était de mauvaise qualité et pas très beau. Puis, Renata a pensé qu'elle pouvait faire mieux. Elle a commencé à apprendre par elle-même, principalement en regardant des vidéos sur Internet, et au bout de deux ans, elle a considéré qu'il était alors possible de montrer ses produits au monde. Au début, elle vendait sur Allegro, puis elle a osé participer à ses premiers salons et spectacles. Aujourd'hui, Renata ne craint pas d'exposer ses produits dans les salons ou les marchés aux bijoux les plus prestigieux.

- **Type d'entreprise** :

Création et vente de bijoux.

- **Objectifs de l'entreprise** :

L'objectif de Renata est de rendre les femmes heureuses lorsqu'elles mettent leurs bijoux, de les faire se sentir plus belles, plus heureuses, plus valorisées, car elles reçoivent un produit fait à la main unique dans lequel Renata met beaucoup d'enthousiasme, de patience, d'engagement et de cœur - une partie d'elle-même. Renata réalise tout avec le plus grand soin, comme si elle le faisait pour elle-même, car

ce n'est qu'ainsi qu'elle peut être sûre qu'il sera de la meilleure qualité possible. L'objectif de Renata est aussi d'être heureuse car elle fait quelque chose qu'elle aime et gagne de l'argent en même temps.

- **Services proposés :**

Création de bijoux et vente aux particuliers.

- **Nombre de salariés :**

1 (Renata travaille seule, mais le fait qu'il lui manque en permanence du temps pour réaliser ses bijoux la pousse à considérer l'embauche d'un(e) employé(e), par exemple en saison pour vendre ses produits sur le stand)

- **Contact :**

Site Web : [sutasz-baltow.pl.tl](http://sutasz-baltow.pl.tl)

FB : <https://www.facebook.com/SutaszRenataKaczmarzyk>

- **Présentation du produit**



## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Les inspirations pour créer des bijoux sont absolument partout, principalement dans la nature, et la plupart de ses idées de création proviennent de Renata elle-même, il n'y a pas de limites, et les possibilités sont infinies ...

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Entrepreneuse.

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui et non, Renata n'est diplômée d'aucune académie des beaux-arts, mais dans son domaine d'études, il y avait de nombreux cours de gestion, de comptabilité, de marketing et de publicité, et cette connaissance lui est très utile dans la gestion de son entreprise.

- **Défis rencontrés :**

Renata a eu de la chance de lancer sa propre entreprise lorsque ses enfants étaient plus âgés et qu'ils n'ont pas interféré avec son travail, par exemple en dispersant des perles dans toute la maison. Aujourd'hui, son fils a 20 ans et sa fille en a 17. Dès le début, Renata a pu compter sur son mari pour la soutenir dans tout ce qu'elle faisait.

- **Organisme de soutien :**

Le Bureau communal (Bureau Gmina) à Bałtów, via lequel Renata est invitée à divers événements et voyages où la commune fait sa promotion et elle a également la possibilité de présenter ses produits à de nouveaux clients.

- **Plan de développement durable pour l'entreprise :**

Les plans de Renata pour l'avenir sont de créer une boutique en ligne et d'étendre les ventes en ligne, ce qui, à l'ère de la COVID-19, est devenu particulièrement important.

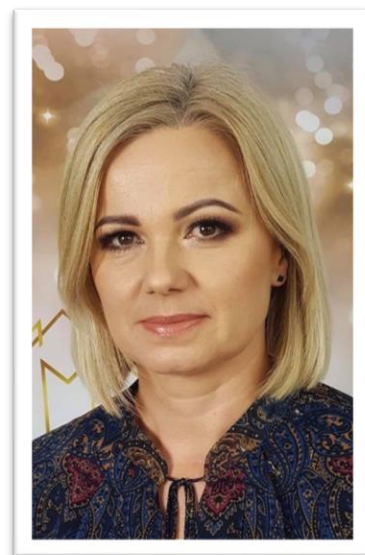
- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

*« N'ayez pas peur de réaliser vos rêves, et lorsque vous atteignez un objectif, atteignez le suivant tout de suite... »*

## Étude de cas 26

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Aneta Osypanka
- **Âge** : 46 ans
- **Nationalité** : Polonaise
- **Statut professionnel** : Directrice des ventes/travailleuse indépendante
- **Niveau d'études** : Enseignement supérieur



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Historique de l'entreprise** :

Avon Cosmetics Pologne

Il s'agit d'une société mondiale qui s'occupe de la production et de la distribution de cosmétiques à travers un système de vente directe en utilisant le marketing à plusieurs niveaux. La société opère dans plus de 135 pays. La société a été fondée à New York en 1886 sous le nom de California Perfume Company. Son fondateur était David H. McConnell. Depuis 1939, elle exerce ses activités sous le nom d'Avon Products Inc.

L'histoire d'Aneta a commencé en 1997 lorsqu'elle est tombée sur une publicité de la marque dans un magazine féminin. Ensuite, elle a fait part de son intérêt à travailler avec l'entreprise et a commencé sa carrière dans un nouveau rôle – conseillère et vendeuse de produits cosmétiques. Elle combinait à la perfection ce rôle avec celui d'être mère. En même temps, elle a développé des connaissances sur les produits et sur un service à la clientèle professionnel pour développer son entreprise de manière encore plus efficace. Aneta a depuis le début été travailleuse indépendante. En dirigeant une entreprise, elle a ainsi développé de l'expérience et de nouvelles compétences. Après environ deux ans de coopération en tant que consultante, elle a été promue en tant que directrice régionale des ventes et créa ainsi une équipe de conseillers dans une partie de la province de Podkarpackie. Grâce à un engagement énorme, un travail systématique et une amélioration continue de ses compétences managériales, elle a créé l'une des meilleures équipes de développement en Pologne, ce qui lui a permis de faire partie des meilleures équipes et de conserver ce poste pendant de nombreuses années. Aujourd'hui, Aneta travaille avec une équipe de 103 responsables qui lui sont directement subordonnés, qui construisent et développent également leurs équipes de vente, et avec un groupe de 2600 conseillers. Aneta propose régulièrement des réunions de formation, de produits et d'initiations à son personnel. Seule, elle se développe régulièrement à travers une formation lui permettant de suivre l'évolution du marché.



- **Domaine d'activité :**

Vente directe

- **Objectifs de l'entreprise :**

Recrutement, développement des équipes et structures de vente, augmentation des ventes, formation, motivation

- **Services proposés :**

Vente de cosmétiques, coopération en tant que consultant / vendeur et responsable des ventes, c'est-à-dire une personne responsable de la constitution d'une équipe de conseillers et de leur formation.

- **Nombre d'employés**

Coopération avec un groupe de 103 responsables des ventes et 2600 conseillers.

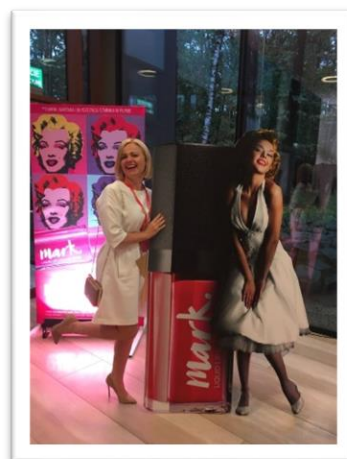
- **Contact :**

Tél : 602603978 e-mail : [aneta.osypanka@avonoms.pl](mailto:aneta.osypanka@avonoms.pl)

Site Internet:

<https://www.facebook.com/aneta.osypanka/>

- **Présentation de l'activité**





## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Entreprise de beauté pour les femmes

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Travailleuse indépendante

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Master - NON, études supérieures – OUI

- **Défis rencontrés :**

Les facteurs socio-économiques sont un défi constant dans la création d'une entreprise, en particulier pour les femmes, qui dans l'industrie représente environ 90% des collaborateurs.

- **Solution à ces défis :**

Concilier l'implication d'Aneta dans la création d'une entreprise et son développement, avec la responsabilité d'avoir une famille, est souvent un défi et nécessite une bonne organisation et planification. Aneta a soigneusement planifié ces problèmes, les a définis et, avec le soutien indéfectible de sa famille, elle a pu se développer avec succès en tant qu'entrepreneuse.

- **Organisme de soutien :**

Non

- **Plan de durabilité pour les entreprises :**

Pour Aneta, c'est une activité stable avec une croissance des ventes et un développement régulier de ses associés.

- **Recommandation à l'intention des futures entrepreneuses :**

*« Dans mon travail, je mets les gens au premier plan, leur développement, leur motivation et leur réussite. Une équipe de personnes valorisée et motivée est la clé du succès »*



## Étude de cas 27

### BIO/RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

- **Nom** : Monika Wodziańska
- **Âge** : 39 ans
- **Nationalité** : Polonaise
- **Statut professionnel** : Travailleuse indépendante
- **Niveau d'études** : Enseignement supérieur



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Deka.pl — L'activité fondée par Monika a débuté en 2014 avec l'établissement d'une coopération avec une marque leader dans le domaine des services informatiques. Sa propre entreprise lui a donné l'occasion de coopérer avec plusieurs partenaires en même temps et ne se limitait pas à une seule industrie. Une expérience professionnelle antérieure - elle a changé plusieurs fois de secteur d'activité, passant de maisons d'édition, d'imprimeries, à une agence de recrutement - l'a convaincue que rien n'était impossible et que les problèmes possibles sont des défis qui peuvent généralement être facilement résolus, à condition qu'elle réagisse rapidement.

- **Type d'entreprise** :

Agence

- **Objectifs de l'entreprise** :

Financier, réaliser sa passion

- **Services proposés** :

Préparation à l'impression, identité visuelle, matériel promotionnel et publicitaire pour les entreprises (dépliants, catalogues, dossiers), développement de sites Web, graphiques pour les réseaux sociaux, conseil dans le domaine de la sécurité et des services informatiques

- **Nombre de salariés** :

1

• **Contact :**

deka.pl

• **Présentation des activités :**



## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Expérience professionnelle et volonté de sélectionner des projets qu'elle aimerait développer.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Employée/pigiste

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Non

- **Défis rencontrés :**

Facteurs socio-économiques, mariage + enfants, organisation, etc. Trouver un partenaire commercial sérieux pour une coopération permanente à long terme.

- **Solution à ces défis :**

Recherche minutieuse parmi les entreprises locales. Elle s'est concentrée sur la sélection d'entités qui existent sur le marché depuis plus longtemps ou qui opèrent dans un domaine intéressant.

- **Organisation de soutien :**

Non

- **Plan de durabilité pour les entreprises :**

Utilisez vos connaissances et vos compétences pour améliorer l'image des entreprises coopérantes. Ayez confiance en vous-même et en vos services.

- **Recommandation à l'intention des futures entrepreneuses :**

« Entourez-vous de personnes qui vous incitent à vous améliorer. Ne craignez pas le changement et essayez de ne pas vous limiter à un secteur d'activité ou à un environnement. »

## Étude de cas 28

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Katarzyna jakubowicz czachur
- **Âge** : 53 ans
- **Nationalité** : Polonaise
- **Statut professionnel** : 1/ travail en entreprise en tant que responsable des ressources humaines ;  
2/ copropriétaire de la maison d'hôtes Miętowy Anioł-Mint Angel
- **Niveau d'études** : Supérieur

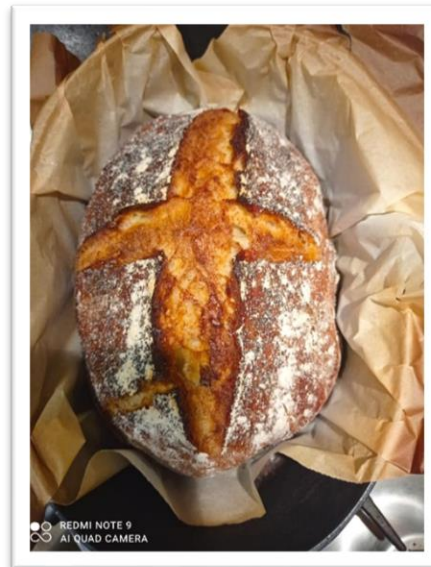
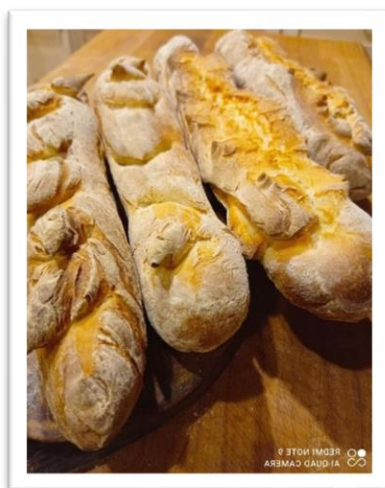
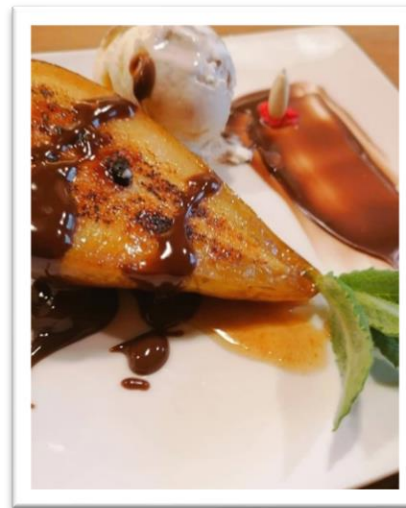
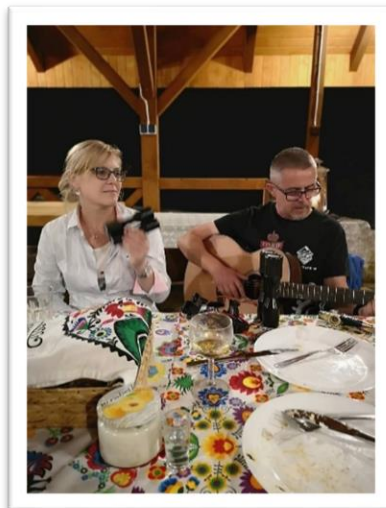
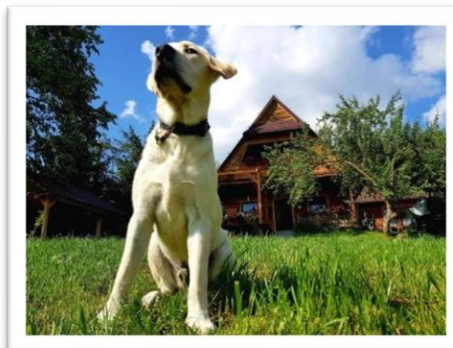


### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :  
Maison d'hôtes agrotouristique « miętowy anioł », année de fondation :2017
- **Type d'entreprise** :  
Agrotourisme
- **Objectifs de l'entreprise** :  
Hébergement et nourriture pour les touristes et vulgarisation de la culture culinaire de la région de Podkarpatie et au-delà
- **Services proposés** :  
Hébergement, repas, ateliers culinaires et musicaux
- **Nombre d'employés** :  
2 (propriétaires)
- **Contact** :  
Tél. 796 354 085 ; email : mietowyaniol@gmail.com  
Site Web : www.mietowyaniol.pl  
<https://www.facebook.com/mietowyaniol>



- Présentation des activités





## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Mint Angel est un lieu dans les montagnes de Bieszczady où vous trouverez le calme et l'azur du ciel et les couleurs parfumées des forêts ... Vous trouverez ici des vues à couper le souffle, des sentiers de montagne sinueux, des levers et couchers de soleil rouges débordant de rouge. Ici, vous trouverez tout ce dont vous avez besoin pour gagner en vitalité et en force après un dur labeur en respirant l'air pur.

Les hôtes sont Kasia et Paweł, qui ont échappé à l'agitation des villes du 21ème siècle et ont créé un lieu où ils accueillent tous ceux qui veulent passer leur temps dans les montagnes de Bieszczady.

Elle – passionnée par de nombreuses activités sportives et la randonnée en montagne. Marathonienne, obligée de faire une petite pause après une blessure—

Soutient tous les coureurs sur les sentiers de montagne dans les ultramarathons. Passionnée par la cuisine de tout ce qui est bon. Une fois, elle a réussi à être dans « Ugotowani » (Viens dîner avec moi), émission de télévision.

Lui - graphiste, peintre et musicien - guitariste. Participant à des festivals de musique créant un monde ludique avec la nature.

Eux deux - patients et ouverts à tous, avec une passion pour la vie. Ils créent un endroit où tout le monde peut revenir et trouver une chaleur humaine et se reposer l'esprit. Ils vous invitent à passer du temps avec des personnes qui veulent partager leur énergie avec les autres.

À leur porte, vous sentirez le merveilleux pain cuit selon la recette de grand-mère, le proziaki, la soupe marinée aux champignons de la forêt voisine, le bacon fumé ou le jambon de genévrier, ou le macis local. Les clients ne passent pas leur temps dans leur chambre, mais de manière interactive avec les autres. La télévision est seulement dans le salon. Kasia veut que les invités passent du temps à parler ensemble du monde, des voyages, même de politique, de tout et de rien.



- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Employée de la société. Toujours en train de travailler et de trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie privée, grâce à son partenaire Paweł.

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Non

- **Défis rencontrés :**

Economique - obtenir un prêt pour acheter une maison et la situation juridique a été un réel défi pour eux. Cependant, rien n'est impossible quand on veut vraiment avoir une maison comme « Mint Angel ».

- **Solution aux défis :**

Patience, temps et soutien de bonnes personnes

- **Organisme de soutien :**

Aucun

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Non

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses**

*« Faites ce que vous aimez, soyez audacieux dans la prise de décisions ;*

*Lorsque vous prenez une décision : « ne vous arrêtez pas, pas maintenant ... »*

## Étude de cas 29

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Wioletta Raven
- **Âge** : 55 ans
- **Nationalité** : Polonaise
- **Statut professionnel** : Propriétaire d'entreprise, pâtissière
- **Niveau d'études** : enseignement secondaire + un master dans le métier de pâtissier



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE :

PPUH WESTO Wioletta Raven Kalinka Confectionery Production Plant.

La société a été fondée en 1989 en tant que petit café appelé « Kalinka », qui servait du café, des desserts à la crème glacée et ses propres pâtisseries (crème, tarte aux pommes, gâteaux). Après 2 ans d'activité, l'entreprise a été mise en suspens car Wioletta venait d'avoir son deuxième enfant et qu'être mère était une priorité pour elle. À ce moment-là, elle n'avait pas d'autre choix. L'entreprise a donc été mise entre parenthèses jusqu'en 1995. Dans les années 1995 - 1998, la société a fonctionné comme un petit grossiste, vendant des bonbons et des boissons.

En 1998, elle a pu lancer une production de confiseries à petite échelle. Dans un local de 56 m<sup>2</sup>, un 1er avril 1998, Wioletta et son amie ont lancé la production. Les premiers produits étaient des gâteaux de Noël, elles ont cuit 30 gâteaux et les ont donnés à toutes les institutions de la région en cadeau, les invitant à passer des commandes par téléphone pour des pâtisseries de Noël. Ainsi, elles ont réussi à trouver les premiers clients.

Avec le temps, le nombre de clients a augmenté et Wioletta et son mari ont acheté une vieille maison dans la rue principale de la ville de Błazowa. Ils ont réussi à obtenir un financement de l'ARIM (Agence pour la restructuration et la modernisation de l'agriculture) pour des emplois, à la suite de quoi ils ont créé 6 postes, et avec les fonds obtenus, ils ont rénové le bâtiment. En décembre 1999, ils ont déménagé l'entreprise dans un nouveau bâtiment. Depuis lors, ils fournissent des services de cuisson de gâteaux pour les mariages, les baptêmes, les communions et autres célébrations. Au quotidien, ils approvisionnent les magasins en petit pain sucré, brioches, petits pains, biscuits, fondants, tartes aux pommes, etc. En 2009, ils ont acheté un deuxième bâtiment, qui **abrite maintenant une épicerie en libre-service et un magasin d'entreprise.**

- **Type d'activité** :

Travailleuse indépendante gérant une entreprise – Société de production-services-commerce.

- **Objectifs de l'entreprise :**

Fournir aux clients des produits naturels, frais, basés sur des recettes maison en fonction de leurs commandes. Prendre soin de la qualité et de la satisfaction du client conformément au slogan publicitaire « Appelez, commandez, et nous vous livrerons à l'adresse fournie ».

- **Services proposés :**

Fournir aux magasins leurs produits (crème, tarte aux pommes, pain, biscuits, etc.)  
Service d'événements spéciaux (mariages, communions, baptêmes, etc.)  
Livraison des achats et des produits au domicile du client

- **Nombre d'employés :**

Actuellement 18 employés

- **Contact:**

E-mail: [poczta@cukierniakalinka.pl](mailto:poczta@cukierniakalinka.pl)

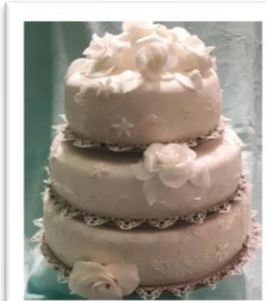
Site Web: —

FB: <https://www.facebook.com/CukierniaKalinka>

## Présentation

## des

## activités :



## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Jeune femme, Wioletta aidait pour les mariages, elle a toujours recherché des services qui aident les hôtes en cuisine et c'est ce qui l'a motivé à créer une pâtisserie qui réaliserait les commandes et les livreraient au client à l'adresse indiquée.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Salariée

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui

Oui, bien qu'elle n'ait pas terminé ses études, l'école secondaire était dans ce domaine d'études / technicienne, technologue et organisatrice de restauration collective. D'autres emplois et un apprentissage continu lui ont permis de gérer de manière autonome la comptabilité et les ressources humaines de sa propre entreprise.

- **Défis rencontrés :**

Comme pour tout le monde, il n'existe pas de chemin sans obstacles pour réussir sa carrière et son développement professionnels. Wioletta a également été confronté à des défis. Diriger une entreprise et s'occuper de 6 enfants était très prenant : avoir à la fois des responsabilités de mère et de dirigeante d'entreprise a nécessité de mettre en place une organisation et une gestion du temps optimales. Elle pense que le plus grand défi auquel elle a été confrontée a été celui de la pandémie, qui a entraîné l'arrêt de la production, une forte baisse des commandes, des difficultés à conserver les employés, et donc la peur de perdre l'entreprise.

- **Solution aux défis :**

Le soutien de son mari et de sa famille a aidé Wioletta à ajuster correctement ses tâches - elle a pu se développer en tant que propriétaire d'entreprise, mais aussi en tant que jeune mère. Pendant la pandémie, le soutien du Bouclier anti-crise pour les entreprises a joué un rôle important, qui leur a permis de maintenir des emplois et d'aider à maintenir la liquidité financière. Elle croit qu'il n'y a pas de situation désespérée et peu importe à quel point elle est grave, la solution optimale sera toujours trouvée.

- **Organisme de soutien :**

ARIM (Agence pour la restructuration et la modernisation de l'agriculture)

PFRON (Cofinancement des personnes handicapées)

Agence pour l'Emploi du comté et de la province

Groupe d'action locale - Leader de Strug Valley

Programme de développement à multiples facettes pour Sami Sobie dans une microrégion -  
Programme de coopération Suisse-Pologne.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Les entreprises opèrent dans un environnement qui, de par sa nature, nécessite un contrôle constant et une adaptation aux nouvelles normes et règles. Le développement de la technologie les oblige également à améliorer et à vérifier systématiquement les appareils dont ils disposent. L'un des nombreux avantages est la relation étroite de l'entreprise avec l'environnement naturel et la communauté locale. Les fournisseurs locaux sont une garantie de produits de haute qualité, testés et recommandés. Soutenir les activités locales aide l'entreprise à gagner le respect sur le marché, et la coopération mutuelle aide au développement de la région.

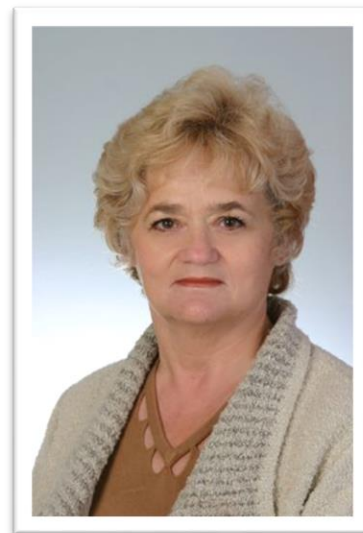
- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« Suivez vos rêves, n'ayez pas peur de les réaliser, le voyage peut être difficile, mais la satisfaction est grande. »

## Étude de cas 30

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Tubaj Zdzisława
- **Âge** : 71 ans
- **Nationalité** : Polonaise
- **Statut professionnel** : Propriétaire d'entreprise, Coach de lecture rapide
- **Niveau d'études** : Master



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Historique de l'entreprise** :

École de lecture rapide et de techniques d'apprentissage « TUBAJ »

L'école dans sa forme organisationnelle actuelle a commencé son activité en janvier 2001, lorsque la première succursale a été établie à Częstochowa (aujourd'hui plus de 50 succursales). Cependant, ce ne furent pas les premières étapes du fonctionnement de l'École. En 1997, des dispositions ont été prises pour développer sa propre méthodologie de formation à la lecture rapide et aux nouvelles techniques d'apprentissage. Les hypothèses de cette méthodologie ont été développées sur les lignes directrices de base de O.A. Kuznetsov et L.N. Chromowa, s'appuyant sur les propres recherches de T. Zdzisława, du diagnostic de lecture et des cours pratiques (Mme Zdzisława est bibliothécaire et possède une formation d'enseignante en Polonais). Les bonnes pratiques dans le domaine de la psychologie et des méthodes d'apprentissage des auteurs polonais et occidentaux ont également été utilisées.

En 1998, à Bolesławiec ainsi que dans les villes environnantes (Legnica, Lubin, Chojnów, Zgorzelec, Złotoryja, Lwówek), la promotion des techniques de lecture rapide et de nouvelles méthodes d'apprentissage a commencé. Les débuts n'ont pas été des plus faciles. Cette méthodologie a été très souvent reçue avec scepticisme et une certaine incrédulité. Les premiers cours ont été réalisés et il s'est avéré que cette méthode fonctionne !

**Les acquis d'apprentissage répondaient à leurs hypothèses et, dans de nombreux cas, dépassaient même les attentes.**

Depuis 1998, le championnat polonais de lecture rapide a lieu. Le record polonais de lecture de vitesse établi lors du 1er championnat était de 4000 mots / minute avec un degré de compréhension de texte de 50%.

Pendant ce temps, les anciens élèves de TUBAJ ont commencé à lire beaucoup plus rapidement (17 000 à 21 000 mots / minute) et avec un degré de compréhension beaucoup plus élevé (70 à 100%). D'où l'idée de participer au championnat.

La mise en œuvre de cette initiative a commencé en 1990 en organisant des tours de qualification et en sélectionnant les meilleurs des meilleurs ! Ainsi, les championnats des villes de Bolesławiec, Legnica, Chojnów et Złotoryja ont été organisés. Les résultats obtenus par les participants ont encouragé l'équipe de Mme Zdzisława et elle-même à travailler dur pour préparer une équipe de huit personnes pour le 3e championnat de Pologne. Avec l'équipe, Czesław TUBAJ a dispensé des cours et des entraînements supplémentaires de plusieurs semaines en tenant compte des réalités du championnat, **tout en développant** la lecture photographique.

Le 25 mars 2000 à Katowice, à la Bibliothèque de Silésie, a eu lieu la demi-finale du 3e Championnat de Pologne.

**Les représentants de l'école ont obtenu les meilleurs résultats du pays, et son élève a établi un nouveau record polonais !**

Les demi-finales ont eu lieu sur une journée et simultanément dans plusieurs villes de Voïvodie polonaises. Cinq représentants de chaque ville se sont qualifiés pour la finale.

À la demande du professeur Krawczuk, président du jury à Katowice, et au regard des résultats sensationnels, le professeur Jerzy Bralczyk - président du jury de la finale a qualifié sept représentants de l'école TUBAJ pour la finale.

En finale, l'un de ses représentants a établi un **nouveau record polonais - 20 374 mots / min. avec 55% de compréhension !**

Cela nous a ouvert toutes les portes !

L'intérêt des médias pour l'École a augmenté rapidement. Télévision, radio, presse. Entretiens, informations sur la méthodologie. Invitations à des émissions à la radio et à la télévision.

Cela a eu un impact positif pour les candidats aux formations, et il y a eu un intérêt des enseignants à coopérer avec l'École.

En 2001, la formation des enseignants et la création d'un réseau d'écoles « TUBAJ » ont commencé. Aujourd'hui, plus de 50 formateurs en Pologne et à l'étranger travaillent ensemble, puisque les manuels originaux de l'école TUBAJ ont été traduits en allemand.

- **Type d'entreprise :**

L'école a le statut d'entreprise individuelle, mais c'est une entreprise familiale (mari, fille, petit-fils).

- **Objectifs de l'entreprise :**

Notre slogan « Nous apprenons à apprendre » apporte des avantages tangibles aux enfants, aux adolescents et aux adultes. Notre école atteint les écoles primaires, secondaires et supérieures avec son offre éducative. Elle organise des formations pour les entreprises et les seniors (Universités du Troisième Âge).

L'école réalise de nombreux projets éducatifs financés par l'Union européenne. Les principaux bénéficiaires sont les enfants des écoles primaires et secondaires afin d'assurer l'égalité des chances en matière d'éducation.



- **Services proposés :**

Techniques de lecture rapide et de mémoire pour différents groupes d'âge :

- « Comment apprendre à lire à un jeune enfant » - ateliers pour les parents
- « Élève médaillé » : une proposition pour les élèves de la 1re à la 3e année ayant des difficultés d'apprentissage
- « Cours du week-end d'une durée de 6 semaines, ateliers pour les élèves du primaire et du secondaire, les élèves, les enseignants et tous les adultes qui veulent améliorer leurs compétences en lecture
- Formation pour les entreprises
- Entraînement de la mémoire pour les personnes âgées

- **Nombre d'employés :**

Une entreprise familiale, multigénérationnelle : 6 formateurs au siège de Bolesławiec  
50 à 60 formateurs en Pologne, gérant leur propre entreprise en utilisant la méthodologie TUBAJ, sous la supervision du siège de Bolesławiec.

- **Contact :**

Vous pouvez nous contacter via le site Web: [szybkieczytanie.pl](http://szybkieczytanie.pl), par e-mail: [tubaj@wp.pl](mailto:tubaj@wp.pl), [atubaj@aol.com](mailto:atubaj@aol.com), ainsi qu'un profil Facebook: : Szkoła Szybkiego C i Technik Uczenia Się « TUBAJ ». Téléphone : 504 225 773, 531 900 598: sur ce numéro également en allemand et en anglais.

- **Présentation des activités :**

### III CHAMPIONNAT DE POLOGNE DE LECTURE DE VITESSE - 2000



***Représentation de la Basse-Silésie avec le prof. Jerzy Bralczyk (président du jury). De gauche à droite : Czesław Tubaj - entraîneur, Martyna Faryś, Karolina Faryś, Katarzyna Domańska, Izabela Fałat (en haut), Małgorzata Skowronek, Anna Konopnicka, Marcin Kozołup, Zdzisława Tubaj***



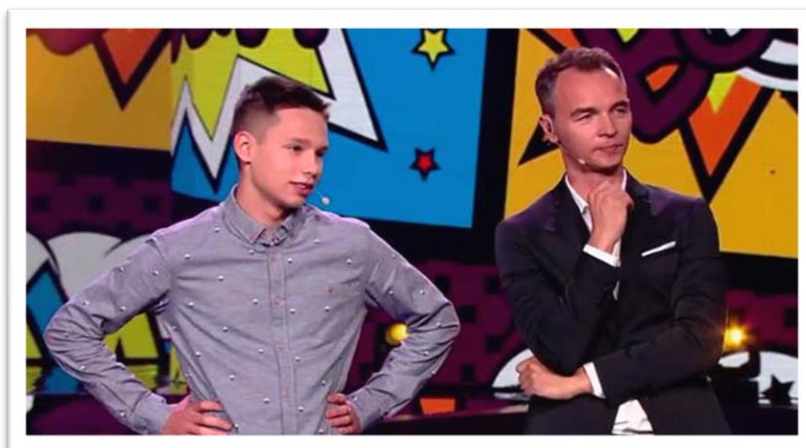
## IV CHAMPIONNAT DE POLOGNE DE LECTURE DE VITESSE – 2002

**Katarzyna Dominika Herba- vice-championne de Pologne**

## GUINNESS RECORD

**2002-12-31**

Katarzyna Sobolewska était élève de la 1ère école secondaire de Bolesławiec. Elle a terminé la formation de lecture rapide en 2000. Avant la formation, elle était une très bonne élève, après la formation - un exemple ! La mère de Kasia, bien qu'incrédule sur la façon de lire de Kasia, est fière d'elle. Kasia était capable de lire deux fois plus vite, mais en finale de ce championnat, elle a ralenti et, avec un rythme de lecture élevé, s'est concentrée principalement sur le niveau de compréhension. Et elle y est parvenue !



Jakub Lesiński est finaliste de l'émission « The Brain »



Ireneusz Czyżewski dans « Bonjour, Pologne! »

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

La création de l'entreprise fut inspirée des observations et des expériences de Mme Zdzisława Tubaj lors de sa carrière professionnelle.

- **L'organisation des entreprises correspond au domaine d'études :**

Elle est bibliothécaire et philologue polonaise de formation. Des années de travail avec des enfants et des adolescents lui ont permis de conclure que les méthodes d'enseignement dans le domaine de la lecture (et pas seulement) ne permettent pas d'utiliser tout le potentiel mental des élèves. Les élèves sont invités à apprendre, mais le programme ne comprend pas d'instructions sur la façon d'apprendre. La plupart d'entre eux sont réticents à lire parce que cela prend beaucoup de temps, et cela entraîne souvent un faible niveau de compréhension, mais la lecture est, après tout, la base de l'apprentissage.

Les expériences de scientifiques américains, anglais et russes dans ce domaine, ainsi que ses propres expériences lui ont donné l'idée de créer sa propre méthodologie et ses propres manuels.

- **Défis rencontrés :**

Mme Zdzisława a dû attendre un certain temps pour récolter les fruits de son travail. La méthode d'apprentissage de lecture proposée n'a pas immédiatement inspiré confiance, et curieusement - même dans le monde de l'Éducation. Cependant, lorsque les premiers effets positifs de la nouvelle méthode d'apprentissage ont commencé à se manifester, l'intérêt a commencé à croître.

- **Solution aux défis :**

Notre slogan principal « Nous apprenons à apprendre » apporte des avantages tangibles aux enfants, aux adolescents et aux adultes. L'école TUBAJ atteint les écoles primaires, secondaires et supérieures avec son offre éducative. Elle anime des formations pour les entreprises et les seniors (Universités du Troisième Âge).

L'école réalise de nombreux projets éducatifs financés par l'Union européenne. Les principaux bénéficiaires sont les enfants des écoles primaires et secondaires afin d'assurer l'égalité des chances en matière d'éducation.

- **Organisme de soutien :**

Depuis plus d'une douzaine d'années, elle a été bien accueillie par les collectivités locales (elles fréquentent de nombreux concours de lecture rapide) ; Intérêt et coopération avec les universités (notamment l'Université de Jagellonne, l'Université de Wrocław).

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Dans un avenir proche, l'entreprise sera confiée aux enfants qui poursuivront le travail de leurs parents avec la même passion en étendant l'offre aux jardins d'enfants et qui introduiront également de nombreuses innovations.

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« *Vous pouvez tout faire tant que vous avez les bons outils pour le faire* »

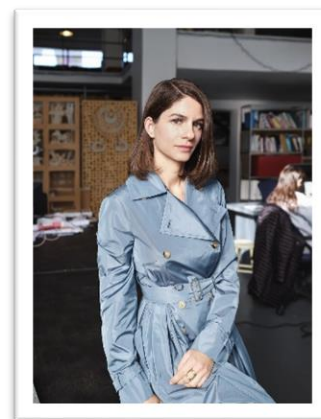
## Portraits de créatrices d'entreprises grecques

*Collectés par l'Université de Thessalie*

### Étude de cas 31

#### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Stella Kasdagli
- **Nationalité** : Grecque
- **Statut professionnel** : Co-fondatrice, **écrivaine** et journaliste
- **Niveau d'études** : Littérature Française à Athènes et Théorie des médias à Londres



▲ WOMEN ON TOP

#### DESCRIPTION DE ENTERPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Women On Top est une organisation à but non lucratif visant l'autonomisation professionnelle des femmes et l'égalité au travail. Elle a été fondée en 2012 et a depuis lors créé et suivi plus de 830 partenariats de mentorat au profit des femmes sans emploi, des femmes qui souhaitent changer de carrière professionnelle, s'établir dans des professions à prédominance masculine, créer leur propre entreprise, etc.

Elle a également formé plus de 1200 femmes sans emploi, employées et indépendantes dans des Centres de compétences offrant des services de garde d'enfants aux plus petits pour celles qui sont mères.

De plus, par le biais de l'initiative **Women on Top in Business**, elle propose des services de formation, de conseil et de gestion de projet aux entreprises et aux organisations qui souhaitent donner la priorité à la représentation paritaire au travail, en investissant dans la diversité et l'inclusion de leurs bassins de talents ainsi que dans l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée de leurs employés.

Enfin et surtout, elle a développé une importante plateforme de communication et de création de contenu (enquêtes, articles, podcasts, événements, etc.), afin de construire des réseaux puissants autour de l'objectif de l'égalité des sexes, d'aider à promouvoir des modèles féminins positifs et forts et de sensibiliser, auprès du grand public ainsi que des organes de décision, aux obstacles auxquels les femmes sont confrontées, même de nos jours, dans leur participation égale à la vie publique.

- **Domaine d'activité :**

ONG. - Mentorat, apprentissage tout au long de la vie, Conseil

- **Objectifs de l'entreprise :**

Soutenir les femmes qui travaillent et les femmes sans emploi

- **Services proposés :**

Mentorat, apprentissage tout au long de la vie, Conseil

- **Nombre d'employés :**

7 employés et 250 bénévoles actifs (mentors)

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

« L'idée est née en 2010, à une époque où je ne savais pas ce que je voulais faire professionnellement. J'étais enceinte, j'ai travaillé pendant des années comme journaliste pour des magazines et je me demandais comment j'allais concilier travail et famille, si je voulais retourner au bureau et où j'aimerais être dans cinq ans »

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité avant la création d'entreprise :**  
Journaliste dans divers magazines

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui

- **Défis rencontrés :**

Facteurs socio-économiques, mariage + enfants, défis organisationnels, etc. Lorsqu'elle a lancé son entreprise, personne ne s'intéressait à l'égalité et à l'autonomisation des femmes dans leur entreprise.

- **Solution aux défis :**

« Nous avons commencé à organiser des séminaires de formation professionnelle en soft skills (communication, prise de parole en public, gestion du stress temporel), en veillant à ce qu'il y ait toujours un moment créatif pour les enfants, afin que les mères puissent également participer. Nous nous sommes ensuite associés à des entreprises qui financent nos actions ou qui souhaitent organiser les leurs pour leurs ressources humaines - par exemple, comment rendre la culture d'entreprise plus inclusive ou comment faire face au sexisme, aux inégalités, à la discrimination et à d'autres crises. »

- **Organisme de soutien :**

Incubateurs d'entreprises, couveuses, organisations de mentorat : financés par des entreprises avec lesquelles nous travaillons au niveau de la RSE et des RH, par des programmes européens, des organismes caritatifs, ainsi que par une petite activité commerciale.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Sans objet

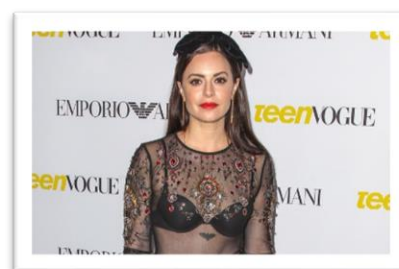
- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Sans objet

## Étude de cas 32

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Sophia Amoruso
- **Âge** : 36 ans
- **Nationalité** : Grecque - Américaine
- **Statut professionnel** : Entrepreneurne Fondatrice et PDG de Nasty Gal
- **Niveau d'études** : Niveau d'enseignement secondaire. Elle a abandonné l'école parce qu'au secondaire, on lui a diagnostiqué une dépression et un trouble de l'attention avec hyperactivité et elle a terminé sa formation par des cours à distance. Elle n'a rien étudié et n'a acquis aucune spécialité professionnelle.



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :  
Nasty Gal online e-shop
- **Domaine d'activité** :  
E-shop vêtements et accessoires
- **Services proposés** :  
Vêtements et accessoires vintage pour femmes
- **Nombre d'employés** :  
400



### PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise** :  
Son idée d'entreprise est née de son amour de créer ses propres vêtements et de vendre ses créations.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Elle a travaillé comme agent de sécurité à l'Université des Beaux-Arts de San Francisco. En même temps, elle a créé une boutique en ligne sur eBay pour vendre des vêtements « vintage », c'est-à-dire usagés et tout ce qui est démodé et qui lui tombait entre les mains. Sa connaissance du droit ne l'a pas empêchée de vendre des livres volés. En fait, sa première vente fut un livre qu'elle avait volé alors qu'elle était étudiante. Pour augmenter ses ventes, elle a profité de quelques connaissances issues de certains séminaires de photographie auxquels elle avait participé et elle a utilisé ses amis comme modèles, les a habillés avec de vieux vêtements qu'elle avait récupérés, les a photographiés et les a mis en valeur. En 2008, eBay l'expulsa - elle a déclaré qu'elle était partie d'elle-même - et a créé son propre site Web de boutique en ligne.

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Non

- **Défis rencontrés :**

Faits socioéconomiques. Elle a eu de l'audace et fait appel à la « fraude ». Au début elle n'avait pas de financement externe.

- **Solution aux défis :**

Sans objet

- **Organisme de soutien :**

Aucune

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Aucun

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Aucune



## Étude de cas 33

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Leah Michailidi et Penelope Tsompanidou
- **Âge** : —
- **Nationalité** : Grecques
- **Statut professionnel** : Entrepreneuses Co-fondatrices de My Greek Soap
- **Niveau d'éducation** : —



### DESCRIPTION DE ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

My Greek Soap depuis 2019

- **Domaine d'activité** :

Boutique de vente en ligne de savon

- **Objectifs de l'entreprise** :

Notre objectif est de mettre en valeur un produit traditionnel grec sous une forme moderne, en attirant un plus large public à connaître la valeur et la qualité de ces produits naturels, à les essayer, à les aimer et à adopter leur utilisation dans leur vie quotidienne.

- **Services proposés** :

Produit de beauté

- **Nombre d'employés** : —



### PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise** :

My Greek Soap est un atelier de fabrication d'excellents savons faits à la main avec la méthode de saponification à froid. L'amour commun pour le savon naturel a conduit Penelope et Leah à se consacrer à l'étude, à la recherche et la création de trois (3) gammes de savons uniques. Penelope, ayant de nombreuses années d'expérience dans l'art de fabriquer du savon ainsi qu'une formation

dans le domaine, et Leah expérimentée dans le domaine de la publicité et concentrée depuis cinq ans sur l'étude et le développement du savon naturel, ont uni leurs forces et leurs connaissances. Fabriquer des produits possédants d'excellentes propriétés et de grande qualité, tout en parvenant à faire évoluer le savon classique naturel vers de nouveaux horizons.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Elle a travaillé comme comptable

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui

- **Défis rencontrés :**

La savonnerie demande beaucoup de travail manuel. Il faut beaucoup de recherches pour trouver les bons producteurs à de très bons prix.

- **Solution aux défis :**

—

- **Organisme de soutien :**

—

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Sans objet

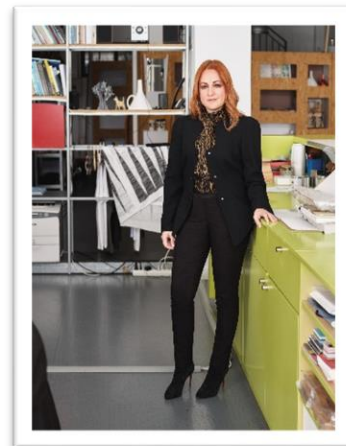
- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« Dans un premier temps, je lui conseillerais de faire une très bonne étude de marché et de ne pas avoir peur de franchir le pas. Je crois que chaque femme peut faire ce qu'elle aime, si elle l'a d'abord suffisamment fait de recherches et croit vraiment en elle-même. »

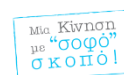
## Étude de cas 34

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Melina Taprantzi
- **Âge** : Sans objet
- **Nationalité** : Grecque
- **Statut professionnel** : Entrepreneuse sociale / Fondatrice de Wise Greece
- **Niveau d'études** : Baccalauréat à l'Université des sciences humaines et sociales



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE



- **Histoire de l'entreprise** :

Wise Greece vise à promouvoir les produits grecs des petits producteurs, tout en soutenant les besoins alimentaires des repas, de l'épicerie sociale, des orphelinats et des institutions depuis 2013.

- **Domaine d'activité** :

Entreprise sociale

- **Objectifs de l'entreprise** :

Aider les petits agriculteurs et les producteurs du secteur de l'Alimentation à cultiver et à exporter leurs produits

- **Services proposés** :

Promotion mondiale des produits alimentaires grecs des petits agriculteurs et des producteurs alimentaires

- **Nombre d'employés** :

L'équipe est complétée par des experts dans des domaines pertinents, dans le but d'atteindre les objectifs fixés par Wise Greece (experts du goût, assurance qualité, marketing, ventes, etc.), qui entreprennent le placement de produits dans de nouveaux points de vente, la promotion du mouvement à but non lucratif Wise Greece et l'accomplissement de son travail social. Le nombre exact d'employés n'est pas connu.

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

« En général, tout commence par quelque chose qui vous dérange dans votre vie quotidienne. Dans mon cas, au milieu de la crise financière de 2013, j'ai visité une épicerie sociale et j'ai vu que, au lieu d'avoir de la nourriture pour les bénéficiaires, ils n'avaient que des rasoirs. Quand j'ai demandé pourquoi, ils m'ont dit que c'était le seul don qu'ils avaient. En quittant ce lieu, je me suis dit que c'était inacceptable. Il doit exister un moyen durable, par lequel la nourriture sera fournie aux personnes dans le besoin, et qui permette en même temps de renforcer l'économie du pays. Ayant travaillé pendant plusieurs années dans le marketing et la communication, j'ai commencé à prendre conscience de l'excellente qualité des produits des petits producteurs du pays, qui étaient malheureusement méconnus pas ou qui n'arrivaient pas à les promouvoir. Nous avons combiné les deux éléments pour remplir un double objectif social et c'est ainsi que Wise Greece est né. »

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Employée dans les services de marketing et de communication

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui

- **Défis rencontrés :**

Persuader les producteurs de s'impliquer dans une nouvelle entreprise.

- **Solution aux défis :**

Au début, elle s'est concentrée sur les producteurs qui ont été très favorables à son initiative et, progressivement, à mesure que Wise Greece a commencé à prouver l'efficacité de son travail, de plus en plus de gens ont été convaincus d'y participer.

- **Organisme de soutien :**

Producteurs dans toute la Grèce

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Sans objet

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

« Ne craigniez pas d'avoir peur »

## Étude de cas 35

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Stefania Niakarou Simou
- **Âge** : -
- **Nationalité** : Grecque
- **Statut professionnel** : Fondatrice et PDG de Mysterious Greece
- **Niveau d'études** : BA en relations publiques ainsi que Master en gestion d'événements à Londres



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Mysterious Greece, est une plate-forme offrant un guide exhaustif de tout ce que les voyageurs doivent connaître à propos de la Grèce. Le contenu de voyages de la plate-forme présente des destinations exclusives, des hôtels de charme, des entreprises pertinentes méconnues et tout ce qui a un rapport avec l'authenticité qu'offre la Grèce. Présentant le visage authentique de la Grèce, Mysterious Greece a été créée en 2013.

- **Domaine d'activité** :

Publication en ligne

- **Objectifs de l'entreprise** :

Mettre en évidence des sites inconnus en Grèce

- **Services proposés** :

Lignes directrices d'informations et de conseils sur la Grèce continentale et les îles ainsi que sur l'agrotourisme, les entreprises grecques, la randonnée, la planche à voile et plus encore.

- **Nombre d'employés** :

Sans objet

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

L'objectif principal de Stefania était de présenter le visage authentique de la Grèce, ainsi, elle a eu l'idée de créer une publication / blog en ligne.

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Journaliste/écrivaine dans le secteur des voyages dans un journal national

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui

- **Défis rencontrés :**

C'était un grand défi au début de ne pas savoir si les expériences de vie de ma terre natale, la Grèce, seraient aimées par les gens.

- **Solution aux défis :**

*« Mes parents m'ont aidé financièrement, en particulier mon meilleur ami Despina, qui est là pour moi dans chaque problème, ainsi que mon frère et sa petite amie, qui me donnent toujours leur avis et m'aident dans tout ce que je fais. Bien sûr, je dois le résultat final à l'entreprise qui a réalisé et, en l'occurrence, numérisé mon rêve, 33Communications. »*

- **Organisme de soutien :**

Société numérique 33Communications.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Sans objet

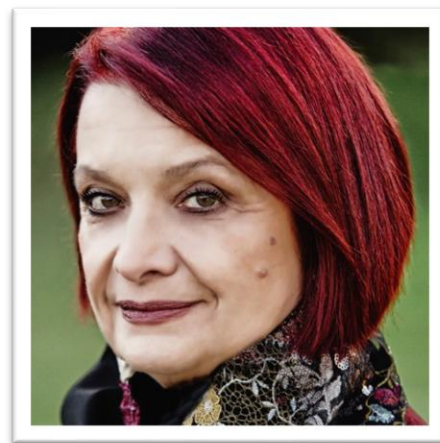
- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Sans objet

## Étude de cas 36

### BIO/INFORMATIONS PERSONNELLES

- **Nom** : Niki Koutsiana
- **Âge** : Sans objet
- **Nationalité** : Grecque
- **Statut professionnel** : Pharmacienne, Fondatrice et Membre du Conseil d'Administration d'APIVITA. Présidente de Symbeosis
- **Niveau d'études** : Elle est diplômée de l'École pharmaceutique de l'Université d'Athènes. Elle a étudié l'aromathérapie.



### DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

- **Histoire de l'entreprise** :

Ses connaissances et son amour pour l'aromathérapie et l'homéopathie, pratiquement inconnus à l'époque en Grèce, l'ont amenée à étudier des traitements de médecine alternative. En 1979, son rêve est devenu réalité en fondant APIVITA, la première entreprise grecque de cosmétiques naturels.

- **Domaine d'activité** :

Société de cosmétiques naturels

- **Objectifs de l'entreprise** :

Répartir la valeur entre l'environnement, la société et l'économie.

- **Services proposés** :

APIVITA (qui signifie « Vie de l'abeille ») propose des produits de beauté naturels efficaces pour le visage, le corps et les cheveux.

- **Nombre d'employés** :

Sans objet

## PARCOURS PROFESSIONNEL

- **Source d'inspiration pour l'idée d'entreprise :**

Ses connaissances et son amour pour l'aromathérapie et l'homéopathie

- **Statut social avant la création de l'entreprise/activité :**

Étudiante, Pharmacienne et Apicultrice

- **L'organisation de l'entreprise correspond au domaine d'études :**

Oui

- **Défis rencontrés :**

Facteurs socio-économiques et le fait que l'aromathérapie et l'homéopathie étaient pratiquement inconnues à cette époque en Grèce

- **Solution aux défis :**

Son amour et sa connaissance de la nature et des abeilles ainsi que le soutien qu'elle a de son mari qui est également pharmacien

- **Organisation de soutien :**

SYMBEOSIS qui est une entreprise fondée par elle-même et son mari qui vise à assurer la traçabilité biologique des matières premières de leurs produits en faisant la culture de leurs propres abeilles et plantes aromatiques et herbes, et grâce à des synergies avec les producteurs biologiques et les apiculteurs.

- **Plan de durabilité de l'entreprise :**

Sans objet

- **Recommandation pour les futures entrepreneuses :**

Sans objet