

## Les grandes écoles volent au secours des entreprises

La 5<sup>e</sup> édition du Challenge grandes écoles de la création-reprise d'entreprises en Auvergne sera officiellement lancée le 25 septembre. Un événement qui vient à point nommé à l'heure où l'on estime à 150 000 le nombre de sociétés de moins de 50 salariés à racheter d'ici 15 ans.

En 2006, les PME indépendantes (hors filiales) ont exporté pour 53,6 milliards d'euros, soit 10 % du montant réalisé par l'ensemble des entreprises. Le « papy-boom » les touche particulièrement. Dans ce cas, elles sont vouées soit à disparaître, soit à être rachetées par un fonds d'investissement si l'on excepte les 10 % des reprises opérées par un membre de la famille. Un coup sévère porté à l'économie française et au commerce extérieur qui appuie ses prévisions sur leur développement à l'international.

D'où l'intérêt du concours créé en 2000 par l'Association des diplômés du groupe ESC Clermont en partenariat avec Milivo (dispositif de partage d'expériences initié par Michelin, Limagrain et Volvic) et avec le soutien du conseil régional d'Auvergne. Il est destiné à attirer les jeunes qui souhaitent créer ou reprendre une entreprise dans l'un des quatre départements de l'Auvergne. Au fil des éditions, le challenge a rencontré son public au point de s'ouvrir en 2004 à tous les étudiants et diplômés des grandes écoles françaises – de management et d'ingénieurs, membres de la Conférence des grandes écoles (soit près de 190 établissements).

Désormais, créateurs de jeunes sociétés, repreneurs d'entreprises ou porteurs de projet sont appelés à concourir dans l'une des trois catégories : « Création d'entreprise », « Reprise



DR. Remise des prix aux lauréats du Challenge en 2006.

d'entreprise » et « Projet émergent », dotées respectivement de 15 000 euros pour les deux premières et de 10 000 euros pour la troisième. En plus des dotations financières, les lauréats bénéficient, dans le cadre du Pack réussite, de modules de formation ad hoc et d'un accompagnement par des experts. Y compris celui de Segma, la junior entreprise de l'école, pour qui les créateurs représentent 60 % de la clientèle. Au rang des nouveautés de l'édition 2008-2009, les lauréats seront intégrés dans le Club des lauréats-partenaires et ce afin d'« ouvrir notre carnet d'adresses aux nouveaux lauréats pour les mettre en relation avec des partenaires potentiels », comme l'explique Sophie Benoît, dirigeante du groupe de communication éponyme et lauréate du 1<sup>er</sup> challenge.

De quoi parer à l'isolement ou la mauvaise préparation reconnus pour être le talon d'Achille des créateurs et des repreneurs. C'est une des raisons qui poussent les grandes écoles, à l'instar de HEC et d'Essec, à doper leur offre de formation continue sur ce thème.

Sylvette Figari