



## TABLE RONDE

## Innovorder invite des startups pour parler d'hypercroissance

Le créateur de logiciels de restauration **Innovorder** a réuni de jeunes startups pour partager leur expérience sur le thème de l'hypercroissance. Leurs entreprises ont moins de cinq ans, ils ont misé sur un produit à fort potentiel et leur enseigne double ou triple de taille chaque année. Comment gèrent-ils le recrutement des salariés et franchisés ? Quelles difficultés rencontrent-ils ? Comment financent-ils leurs ouvertures ? La table ronde a permis à une assistance composée de chefs d'entreprise et futurs entrepreneurs de profiter de leurs expériences.

Julien Perret, 37 ans et CEO de BeChef, était au nombre des intervenants. L'enseigne créée en 2015 compte 40 restaurants. « *Le plus difficile est de maintenir une phase d'hypercroissance dans la durée, constate cet ingénieur centralien. On ouvre un restaurant, ce qui génère du cash que l'on peut réinvestir. La croissance s'autoalimente et s'accélère...* »

Toutefois, pour cet entrepreneur, l'hypercroissance n'est pas une fin en soi. « *La question à laquelle nous devons répondre est la suivante : comment faire pour que la croissance ne se fasse pas uniquement sur le chiffre d'affaires ? Que devons-nous mettre en place pour passer de 40 à 300 unités tout en maîtrisant cette crois-*



De g. à d. : Maxime Buhler, CEO de Pokawa, Julien Perret, CEO de BeChef, Jérôme Varnier, CEO d'Innovorder.

sance ? » Il s'agit, selon lui, de trouver les fonds, les emplacements, les franchisés... et de concilier une forte implication dans l'entreprise avec sa vie personnelle. « *Aujourd'hui, nous freinons les projets, car nous n'avons pas les épaules pour les porter.* »

### Offre monoproduit et livraison

Maxime Buhler, 27 ans, est fondateur de Pokawa. Il a misé sur une offre monoproduit à fort potentiel et largement déclinable, le poké, un plat découvert lors d'un voyage au Pérou. Entre salade et sushi, il est composé de poisson cru, tofu, poulet, légumes... Il a choisi de limiter son développement en franchise à 30 %, le reste des restaurants étant développé en propre. L'enseigne compte

10 restaurants, au moins 6 ouvertures sont en cours dans plusieurs villes de province. « *Notre force a été de miser très vite sur la livraison. C'est vraiment ce choix qui nous a aidés à nous développer rapidement* », analyse le jeune créateur. La livraison semble particulièrement adaptée aux offres monoproduit... ●