

Des P'tits Bonheurs

Le plaisir d'entreprendre

Des P'tits Bonheurs? Un nom évocateur pour un univers gai, pimpant et tendre qui réinvente les objets du quotidien. Sa créatrice, Valérie Hagin, réalise mémos, albums photos, vases ou pochettes pour CD, tous empreints d'une personnalité solaire qui, en cultivant le bonheur, a fait éclore une entreprise.

Comment sont nés les P'tits Bonheurs?

Valérie Hagin: Passionnée de loisirs créatifs, j'ai toujours aimé fabriquer cartes de vœux et cadeaux personnalisés pour mon entourage, et c'est sans but commercial que fin 2001 le nom «Des P'tits Bonheurs» est apparu. Mon idée était de constituer une ligne d'objets sans imaginer une entreprise. Je n'avais d'ailleurs pas l'intention d'arrêter mon travail d'agent de voyages. Le développement des P'tits Bonheurs s'est ensuite fait crescendo, de manière très douce et progressive. Mon moteur a toujours été le plaisir, même si bien entendu je dois aujourd'hui composer avec une exigence de rentabilité.

Début 2005 vous avez enclenché la vitesse supérieure...

En effet, travaillant à mi-temps dans le tourisme, j'ai décidé de me consacrer davantage à mes P'tits Bonheurs. Les résultats sont éloquentes: plus disponible pour démarcher et fidéliser des magasins, j'ai vu mes ventes augmenter considérablement.

Entre création et vente votre cœur balance-t-il?

J'aurais spontanément tendance à privilégier la création qui est à la fois ce que je préfère et ce que je maîtrise le mieux... mais ce n'est pas immédiatement rentable! Démarcher et fidéliser des points de vente est crucial. J'avoue que, si je prends beaucoup de plaisir à entretenir une relation commerciale existante, je dois forcer un peu ma nature pour prospecter. Je m'astreins donc à consacrer au moins une journée par semaine à la démarche commerciale. Pour une structure aussi petite, un mois sans pros-

pection représente une baisse de ventes impliquant des problèmes de trésorerie et de gestion.

La gestion, est-ce un domaine qui vous est familier?

Absolument pas. Avant de rencontrer Genilem, je ne savais pas ce qu'était un bilan ou un état des liquidités, des outils pourtant essentiels dont je ne saurais plus me passer aujourd'hui. Au début, manquant d'organisation, j'avais des difficultés logistiques, en raison notamment d'un trop grand nombre de références à mon catalogue. Avec l'aide de Genilem et l'expérience, je suis peu à peu passée de l'état de créatrice à celui de chef d'entreprise même si j'ai encore du mal à le dire sans sourire; cela me paraît si peu compatible avec le fait d'avoir de la peinture au bout des doigts...

Créatrice, est-ce un métier solitaire?

Pas du tout! En réalité, je travaille seule uniquement pour la création et l'essentiel de la fabrication. J'ai appris à déléguer la confection ou l'assemblage de certaines pièces, ce qui me paraissait inimaginable au début. Et lorsque la croissance de l'activité l'exigera, j'accueillerai avec plaisir un nouveau collaborateur.

En-dehors de l'atelier, je saisis les nombreuses occasions de rencontres, dans les magasins, sur des marchés de Noël, lors d'événements comme le Paléo Festival, ainsi que dans le cadre de mes loisirs, qui s'offrent. Absolument nécessaires, ces contacts nourrissent mon imagination.

Ayant pris confiance en moi et en mes capacités créatives, je ressens de plus en plus l'envie de partager

des idées et des projets, de nouer une collaboration avec un associé ou un créateur extérieur. Ce n'est pas encore tout à fait mûr, mais je fais confiance à la vie: un jour, à la faveur d'une rencontre, les choses se feront d'elles-mêmes.

A votre avis, quelles qualités faut-il pour créer une entreprise?

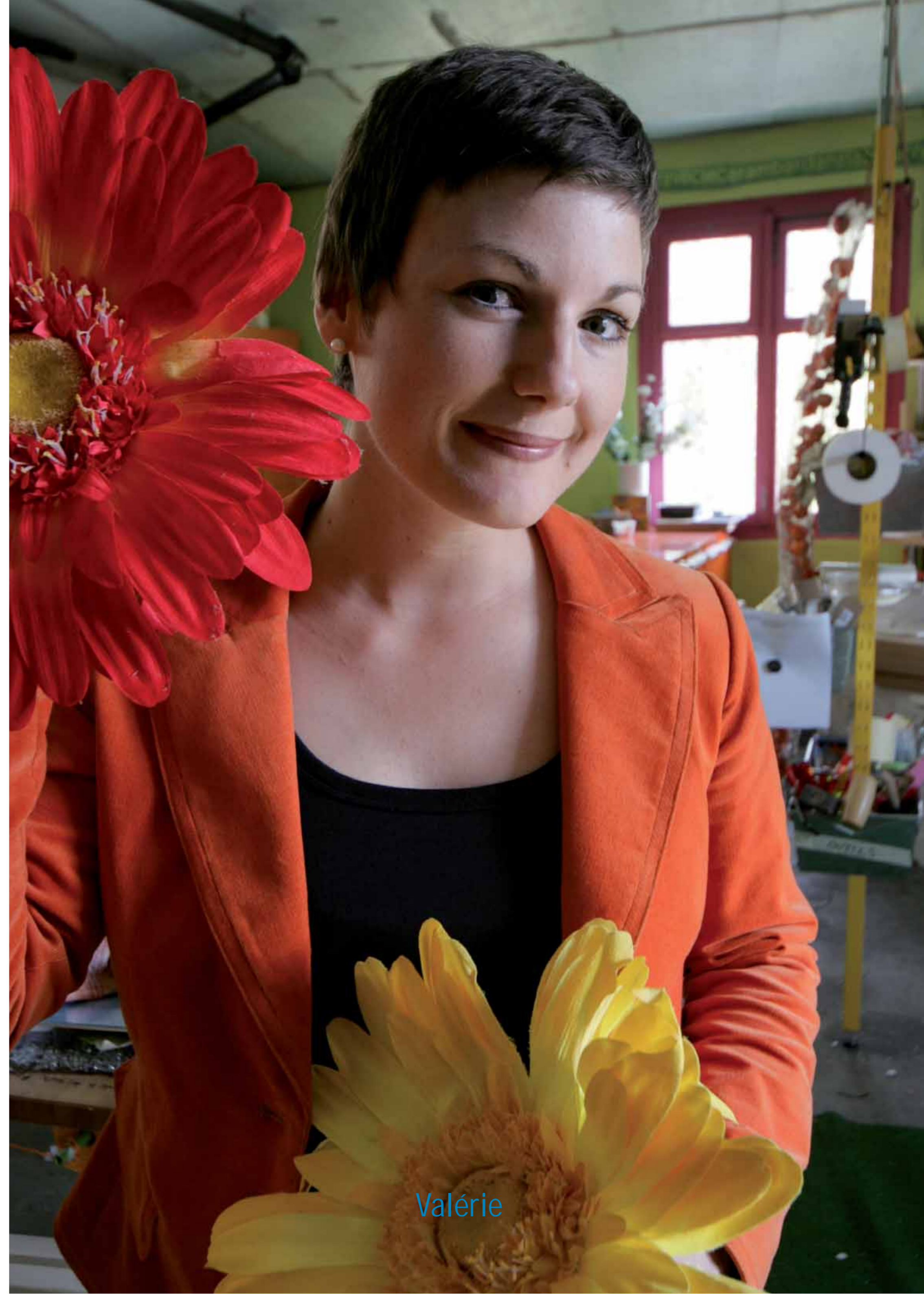
Avant tout y croire vraiment et avoir confiance en son activité. Il faut également une bonne dose d'obstination pour résister à toutes les occasions d'abandonner car les difficultés sont légion. En outre, si la jeunesse et la petite taille de l'entreprise peuvent constituer un handicap, elles permettent également de faire preuve de flexibilité et de souplesse; c'est un atout qu'il faut savoir exploiter et mettre en valeur. Un autre élément important pour durer est de créer sans cesse, d'inventer de nouveaux objets sans attendre que les produits actuels suscitent moins l'intérêt. D'ailleurs je fourmille d'idées!

Quelle difficulté majeure rencontrez-vous dans votre activité?

La saisonnalité du chiffre d'affaires: certaines périodes comme les fêtes de Noël génèrent une grosse part des ventes, alors que d'autres, tels les premiers mois de l'année, sont plus calmes. L'idéal est de calquer l'activité de l'entreprise sur ce rythme en se consacrant à la création pendant les périodes creuses. Pour cela, il faut pouvoir compter sur un volume annuel de ventes dont je ne dispose pas encore aujourd'hui. C'est l'objectif que je me fixe pour fêter mes trois ans d'activité. ■

*propos recueillis par Sandra Jean
photographe Ariane Ariotti*

CARTE DE VISITE DES P'TITS BONHEURS EN PAGE 31



Valérie