



Préface de Xavier Niel

Réussir en France est plus facile qu'ailleurs, et c'est pour cela que nous avons besoin de plus d'entrepreneurs. D'ailleurs, avant de lorgner vers le monde anglo-saxon, il est utile de rappeler que le mot « entrepreneur » est français ! Donc même si les chefs d'entreprises sont parfois mal aimés aujourd'hui, c'est pourtant quelque chose que nous avons dans nos gènes et dans notre culture. Et ce n'est sans doute pas un hasard si la France est un paradis fiscal...

Cette dernière remarque est sans doute un peu provocante, mais j'en ai la conviction : la France est un pays fantastique pour créer des entreprises ! On n'a besoin de rien pour entreprendre, tout juste faut-il savoir lire et compter, et on peut se lancer avec juste un centime d'euro. Qui dit mieux ? Sans parler de notre fiscalité, pourtant souvent critiquée, qui reste moins élevée que celle des États-Unis en ce qui concerne l'imposition sur les plus-values ou la cession de son entreprise à ses enfants. Je ne suis pas un ardent défenseur de l'héritage

(loin de là...), mais c'est un point qu'il faut souligner quand on parle d'argent !

Car l'argent public coule à flots quand on veut entreprendre dans l'Hexagone. Vous pouvez par exemple toucher le chômage pendant que vous créez votre entreprise, voire être financé par BPI France ou le crédit d'impôt recherche. Le paradoxe, source de bien des incompréhensions, c'est qu'on aide tellement les petites entreprises, que quand elles deviennent grosses et ne reçoivent plus autant d'argent, elles ne comprennent pas pourquoi et se plaignent de l'État qui ne jouerait plus son rôle. Bienvenue dans la vraie vie des entreprises, où le secteur privé n'est pas censé vivre grâce aux revenus du secteur public...

La vraie vie des entreprises, vous allez précisément la découvrir dans les pages de ce livre, à travers une vingtaine de parcours très différents, qui illustrent à quel point la diversité est source d'enrichissement, d'inspiration, d'audace et d'innovation. Car cet ouvrage a le mérite de s'éloigner des récits classiques d'entrepreneurs géniaux à qui tout réussit comme par miracle, en prenant le parti, non pas de raconter les entreprises dans leur homogénéité (le travail, la volonté, la persévérance), mais bien de raconter les entrepreneurs dans leur diversité (leurs origines, leurs parcours, leurs sensibilités).

Vous verrez ainsi qu'on peut entreprendre et réussir indépendamment du fait qu'on soit modeste ou flamboyant, aventurier solitaire ou joueur en équipe. Dans cette vingtaine de portraits, vous trouverez autant de

personnages différents, qui se sont livrés sans chercher à gommer les aspérités de leur histoire, ne faisant pas mystère des éventuelles difficultés ou des inévitables erreurs. Car si les médias aiment les histoires enchantées, la vérité, c'est que les entrepreneurs n'ont pas tous un parcours parfait et linéaire, loin de là ! C'est ce qui vous renforce et vous fabrique, et c'est sans doute une bonne chose : le jour où vous avez un gros problème, vous êtes content d'en avoir eu beaucoup de petits avant, pour mieux gérer à la fois la situation et vos émotions.

D'une certaine façon, la vie de chef d'entreprise, c'est une suite de mauvaises nouvelles auxquelles il faut réagir et s'adapter pour apprendre et progresser. Parfois, le mistral souffle fort, et il faut s'accrocher, voire accepter la chute, pour mieux rebondir ensuite. Ce n'est pas un secret : j'ai moi-même connu les plaisirs de la pension complète dans un établissement carcéral en raison d'erreurs de gestion dans mes entreprises antérieures, et il a fallu digérer l'épreuve pour continuer l'aventure et en ressortir plus fort. C'est pourquoi je relativise souvent les difficultés des jeunes créateurs d'entreprises quand un microproblème administratif leur semble une montagne accablante...

Le but d'entreprendre est là : changer le monde sans doute, mais déjà se changer soi, apprendre sur soi, de ses erreurs comme de ses bonnes décisions, se réaliser à travers un projet qui fait sens et qui nous porte au quotidien. Je ne suis bien sûr pas le même homme à 50 ans que celui que j'étais à 20 ans, et c'est heureux ! Les épreuves

vous font grandir, les succès aussi... Et dans les deux cas, on apprend des choses que l'on peut transmettre aux autres. Car si c'est évidemment un plaisir de réussir, c'est aussi très satisfaisant de savoir que son exemple est inspirant et qu'on peut aider d'autres personnes à sauter le pas, en leur apportant conseil et financement, quelle que soit la taille de leur projet. Une aide souvent bienvenue pour les entrepreneurs en herbe, car entreprendre ne s'apprend pas sur les bancs de l'école !

En effet, le système éducatif français n'évolue pas très vite sur ce sujet, ce qui explique sans doute les nombreuses initiatives visant à changer les mentalités. Il y a bien sûr l'école 42, ouverte en 2013, qui propose un modèle de formation innovant comptant peu de professeurs, et qui promeut l'apprentissage par l'expérience et la recherche personnelle. Il y aussi l'association 100 000 Entrepreneurs de Philippe Hayat, qui organise des rencontres entre des entrepreneurs et des élèves ou des étudiants, afin de diffuser très tôt le goût d'entreprendre, voire de prendre des risques.

Et sur un support différent et peut-être à une échelle semblable (et je l'espère plus large encore), ce livre s'inscrit dans cette même ambition, avec un message résolument positif et optimiste : diffuser l'envie d'entreprendre, oser franchir le pas. En cela, cet ouvrage n'a bien sûr rien d'un manuel scolaire sur l'entrepreneuriat ; c'est un média qui permet à des praticiens de partager leurs expériences avec leurs pairs et ceux qui souhaitent le devenir... ces derniers étant de plus en plus nombreux.

Et c'est tant mieux ! Il faut encourager les jeunes (comme les moins jeunes) à créer les entreprises de demain. C'est la compétitivité de notre pays qui est en jeu, il faut donc tout mettre en œuvre pour les aider. Chez Free, avec un chiffre d'affaires annuel supérieur à 4 milliards d'euros, nous avons les moyens de gérer les problèmes sociaux et juridiques qui vont avec la vie des entreprises. Mais quand on débute, on perd beaucoup de temps et d'énergie avec tous les aspects administratifs de l'activité ; c'est pourquoi il faut contribuer à simplifier toutes ces démarches. Ainsi, dans l'incubateur Station F, inauguré en juin 2017, nous avons intégré tous les services de l'État (Pôle emploi, Urssaf, La Poste, INPI...) pour faciliter les démarches des mille start-up en développement que nous hébergeons.

Et au-delà de l'hébergement, nous sommes convaincus que 90 % des problèmes des entrepreneurs trouvent une solution chez les autres entrepreneurs. Il y a donc un incroyable bénéfice pour ces jeunes dirigeants de start-up à échanger avec des pairs, même (ou parce que) de secteurs différents, afin de partager les points de vue, les difficultés et les façons de les appréhender et de les gérer. Encore une fois, la solution vient de la fertilisation d'expériences croisées, de cette diversité humaine, culturelle et sectorielle. Dans le même ordre d'idées, vous trouverez dans ce livre des exemples variés de situations et de décisions auxquelles un entrepreneur est confronté, et vous verrez que les témoins interrogés partagent très honnêtement leurs expériences personnelles.

Mais au-delà de l'aspect audacieux de la démarche entrepreneuriale, il y a aussi un aspect culturel qu'il faut changer : les Français sont parmi les plus faibles investisseurs, or nous avons besoin de pousser les gens à investir dans les start-up. Une mesure simple serait par exemple de faire disparaître toute forme de taxation sur l'argent investi dans les jeunes entreprises innovantes, comme le *love money* mis à disposition par les familles et les proches des porteurs de projet au début de leur démarche. C'est de l'argent productif qui aide au développement du pays, donc si l'État n'a plus d'argent, pourquoi ne pas tout simplement valoriser celui des ménages ?

Enfin, vous remarquerez que chaque chapitre de ce livre s'achève par les conseils pour entreprendre et réussir des témoins sollicités ; je ne résiste donc pas à la tentation de vous livrer à mon tour quelques idées et encouragements pour l'avenir...

- **Cultivez votre esprit rebelle et rock.** Les patrons de l'ancien monde étaient des vieux messieurs très ennuyeux en costume gris, mais vous avez le droit de rester vous-même pour réussir. Mon ami Jacques-Antoine Granjon, le patron de Vente-privée.com, a les cheveux longs et roule dans une Bentley de couleur framboise. Saurez-vous être aussi cool que lui ?
- **On peut critiquer, mais il faut proposer.** On est très fort en France pour avoir en permanence un esprit critique... mais ça ne doit pas s'arrêter là, sinon ça ne sert à rien. C'est facile de critiquer, mais il faut alors proposer d'autres solutions à ce système critiqué, avec de la

créativité et un peu de folie, beaucoup de conviction et un grand sens de l'autodérision.

- **Osez la disruption.** Vous pouvez casser les codes d'un secteur et faire ce que personne d'autre n'a osé faire. Innover est avant tout un état d'esprit. Quand Marc Simoncini a créé Meetic, personne n'a imaginé qu'on pourrait rencontrer son mari ou sa femme sur Internet. Mais connaissez-vous encore une agence matrimoniale qui ne soit pas sur Internet ?
- **N'ayez pas peur de viser haut.** Les sacrifices qu'un entrepreneur doit faire sont parfois importants, mais ils ne sont pas moins grands sur un « petit » projet que sur un « grand ». L'ambition nourrit l'innovation : visez grand, car au pire, ça marche !
- **Soyez ouvert aux opportunités et aux rencontres.** Avec l'esprit rock et l'audace, vous verrez des opportunités de marché et attirerez projets et talents. Les victoires sont rarement les fruits d'un travail solitaire ; les victoires sont gagnées par l'alchimie d'une équipe complémentaire et soudée.
- **Cultivez humilité et force tranquille.** On s'excuse trop souvent de réussir, de viser haut et d'avoir de l'ambition ; avancez et restez sourds aux jugements personnels des autres. Vous attirerez forcément des jalousies... mais vous attirerez aussi de l'estime et du respect, puis vous pourrez à votre tour inspirer à d'autres personnes de suivre le même chemin.
- **Passez à l'action !** Vous remarquerez que c'est le point commun de tous les témoins de cet ouvrage : ils n'ont pas attendu l'idée géniale ou le produit parfait, ils se sont lancés en procédant par des ajustements au fur et

à mesure, jusqu'à fournir un service dont ils sont fiers aujourd'hui. Donc n'attendez pas demain et lancez-vous aujourd'hui. Lequel d'entre vous figurera dans le tome 2 de ce livre ?

Je vous souhaite une bonne lecture et le meilleur dans vos aventures.

Xavier Niel



Avant-propos

Oser
entreprendre

La start-up a le vent en poupe et bien des gens se rêvent entrepreneurs. Autant le patron a une mauvaise image (en tout cas en France), autant l'entrepreneur en a une bonne... alors qu'il est pourtant aussi un patron ! Mais il conserve un côté aventurier romantique, qui se lève chaque matin pour réaliser ses rêves. Et son entreprise est naissante (ou en pleine puberté), alors ça reste mignon, humain et chaleureux. De plus, rien à voir avec le capitalisme ! Ses motivations viennent du plus profond de ses entrailles.

« C'est un projet qui me tient à cœur... »

« Je veux être mon propre patron ! »

« Je veux me prouver que j'en suis capable, tout simplement. »

« Je veux être libre et prendre ma vie en main... »

« Je suis né comme ça, je suis un *serial* entrepreneur ! »

« Je me suis fait virer, je veux leur prouver qu'ils ont eu tort. »

« Je veux changer le monde... »

Il y a des tonnes de raisons d'entreprendre et de monter sa boîte, et toutes sont bonnes. Mais il y a aussi quantité de raisons de ne pas le faire, et la plupart ne le sont pas ! Même si elles sont respectables, légitimes et explicables.

« Ce n'est pas le moment... »

« J'ai un prêt à rembourser et une famille à nourrir. »

« Je ne supporte pas l'inconnu ! »

« Je gagne très bien ma vie, pourquoi tout risquer ? »

« Je n'ai tout simplement pas d'idée. »

« Il faut beaucoup d'argent... »

« J'ai peur de me planter ! »

La liste des freins qui nous empêchent de passer à l'acte est longue. Il faut donc sans doute une bonne dose d'inconscience, que d'autres appelleront courage (et l'inverse est vrai aussi !), pour se jeter à l'eau. Avec parfois un sentiment d'urgence et de nécessité... Mais il s'agit rarement d'une décision radicale. C'est plus souvent un mouvement qui nous met sur le chemin d'entreprendre : un petit pas suivi d'un autre, l'enthousiasme contagieux d'un associé qui nous précipite à sa suite, une vague opportune qui nous empêche de résister.

Pourtant, certains franchissent le pas quand d'autres se contentent d'en parler. Alors qu'est-ce qui fait la différence ? Difficile à dire... mais c'est en partie pour répondre à cette question que nous avons entrepris l'écriture de ce livre.

Échouer vite... ou échouer mieux ?

S'il fascine autant, c'est sans doute parce que l'entrepreneur est avant tout le patron de sa vie. Dans une époque qui multiplie les contraintes et réduit les libertés, il est celui qui a décidé de prendre son destin professionnel en main. Seul ou en groupe, il se lance dans un voyage. Sa quête ? Parfois simplement le désir brûlant de donner vie à une idée. Parfois aussi l'envie de sortir du lot pour accéder à une forme de reconnaissance. Souvent, juste la volonté de prendre les commandes, de faire les choses comme il l'entend et de créer quelque chose de plus grand que lui.

Et si l'entrepreneur a le vent en poupe, c'est parce qu'il incarne quelque part un héros des temps modernes, désireux de porter une idée en prenant le risque de sortir d'un cadre bien balisé. Or la route vers l'inconnu fait peur ; on risque de tomber, on risque de se perdre... et on risque d'échouer. Ah ! la peur de l'échec ! Depuis l'école, on nous enseigne que se tromper, c'est échouer. En France, on n'apprend pas en se risquant à essayer, on apprend en relisant ses cahiers. Sinon, c'est la honte devant toute la classe, la mauvaise note assurée et les réprimandes parentales en rentrant à la maison.

Dès lors, on retient la leçon : surtout, ne prendre aucun risque. Car un parcours scolaire comme une carrière exemplaire ne peut supporter ni pause ni accident de parcours. On gommara même une année de chômage dans son CV en inventant un projet humanitaire ou un tour du monde, ça fait tout de même plus sérieux que de

dire qu'on a été licencié et que notre génie n'a pas été reconnu immédiatement chez un autre employeur. Une drôle de culture, quand on sait que la recherche scientifique de haut niveau est basée sur un principe simple : l'expérience. On essaye pour voir si ça marche ou si ça ne marche pas, puis on avise en fonction du résultat.

D'ailleurs, on trouve aussi cette méthode chez les enfants : par exemple, un nourrisson qui apprend à marcher ou à parler. Il essaye, il se trompe, on l'aide à mieux faire, il essaye de nouveau et finalement il réussit. Mais pourquoi ce qui est si mignon chez un bébé deviendrait-il si horrible dès l'école maternelle ? Dans d'autres cultures, on encourage les enfants à s'exprimer et à prendre des risques, non pas en portant l'échec comme une ambition, mais bien comme un moyen d'apprendre plus rapidement.

À travers les différents chapitres de ce livre, vous verrez que les entreprises qui réussissent n'ont pas peur d'essayer, quitte à se tromper pour corriger le tir. Le but n'est évidemment pas de se tromper pour se tromper, mais de faire des tests sans craindre qu'ils échouent, afin d'améliorer son produit ou son service dans un processus itératif. D'ailleurs, un article paru dans la *Harvard Business Review* en avril 2011 classe les échecs dans trois catégories distinctes :

- Les *good failures* ou « bons échecs », c'est-à-dire les échecs probables et attendus en raison de l'essai d'une idée nouvelle ou d'un processus nouveau ; ils permettent à l'entreprise de progresser, en étant une source d'enseignements pour le patron et les salariés

(par exemple, l'essai d'un nouveau packaging pour une opération promotionnelle).

- Les *bad failures* ou « mauvais échecs », c'est-à-dire les erreurs de jugement ou d'appréciation qui se reproduisent, car on n'en tire aucune conséquence, ce qui dégrade la qualité du produit ou du service au fur et à mesure (par exemple, ne pas tenir compte des retours des clients lors des enquêtes de satisfaction).
- Les *unavoidable failures* ou « échecs inévitables », c'est-à-dire les échecs définitifs qui conduisent à la faillite d'une entreprise et dont il sera difficile de se remettre (par exemple... non, on ne veut être désagréable avec personne !).

Dans la vie des entreprises qui réussissent, il y a souvent plusieurs bons échecs, qui permettent d'améliorer la qualité de l'offre initiale au fil du temps, et parfois quelques mauvais échecs, dont il faut se relever avant de prendre le mur. Quant aux échecs inévitables, ils résident souvent dans l'idée de départ, dans la mise en œuvre initiale ou dans le refus de s'adapter. Mais vous aurez compris une chose : se planter n'est pas mortel et ça peut même être bénéfique !

Portrait-robot de la réussite

La proposition de ce livre est simple : nous souhaitons encourager les lecteurs à se réapproprier le terme français d'« entrepreneur » que les Américains utilisent tant, afin de lui redonner toutes ses lettres de noblesse en racontant l'histoire d'une vingtaine de femmes et

d'hommes qui se sont lancés dans une aventure entrepreneuriale avec succès. Ce qui pose, bien sûr, la question de la réussite.

Qu'on le veuille ou non, la réussite financière d'une entreprise est importante pour sa survie ; personne ne travaille durablement sans salaire ni infrastructure. D'ailleurs, en France, la réussite d'une entreprise s'apprécie souvent à l'aune du nombre de ses salariés ou encore de son chiffre d'affaires (même si les analystes financiers s'intéressent plutôt aux indicateurs de rentabilité, de croissance et de *cash-flow*). Dans le pays qui a pour ainsi dire inventé le droit du travail, fournir un emploi à un grand nombre d'individus est une fierté. Mais l'honnêteté pousse à dire que ce n'est certainement pas le but premier de l'entrepreneur qui débute, ce dernier se fixant plutôt des objectifs liés à la taille (construire quelque chose qui croît) et à la pérennité (construire quelque chose qui dure).

Cependant, dans cet ouvrage, nous interprétons plutôt la réussite comme la transformation d'une idée en une entreprise viable, ce qui implique l'exécution heureuse ou audacieuse d'un plan (certes maintes fois revu) avec en ligne de mire l'issue heureuse de l'aventure, qui passe par une vente, une transmission ou une ouverture du capital au public (la fameuse IPO). Pour un entrepreneur, les règles du jeu du marché capitaliste sont acceptées, même s'il ne les connaît pas toutes au départ, et il est disposé à jouer avec ses armes pour réussir à passer de l'idée au projet, et du projet à l'action.

Même si l'argent reste un tabou en France, un entrepreneur attache de l'importance aux indicateurs de réussite financière de sa société, et l'argent est une reconnaissance de sa performance. Ainsi, la sortie capitalistique (partielle ou totale) dans de bonnes conditions correspond à la rémunération de sa prise de risque et du temps investi, tout autant qu'à la pérennisation de son entreprise. Et si cette étape représente un moment de fierté face à l'ouvrage accompli, l'argent est rarement le moteur de l'entrepreneur : après une sortie réussie, rares sont ceux qui s'arrêtent là et ne repartent pas vers de nouvelles aventures.

La réussite telle que nous l'entendons est certes une reconnaissance sociale d'une performance économique, mais elle reste toujours relative, personnelle et polymorphe : un épanouissement personnel, un sentiment d'utilité sociale, la satisfaction du travail bien fait, voire un sens métaphysique, en fonction des aspirations de chacun. C'est la raison pour laquelle notre sélection d'une vingtaine d'entrepreneurs ne s'est pas basée sur un critère strict de capitalisation boursière ou de richesse patrimoniale, mais sur un critère subjectif de rayonnement et d'aura, source d'admiration et d'inspiration.

À vrai dire, de façon pragmatique et éminemment partielle, nous avons choisi des entrepreneurs de notre entourage ou de notre réseau, que nous avons eu le plaisir de croiser dans notre vie d'affaires ou que nous avions envie de rencontrer. L'un d'entre eux a été notre associé direct dans l'entreprise Bankexam (et nous le précisons dans le chapitre concerné), d'autres ont accepté de nous

répondre lorsque nous leur avons présenté notre projet. Et en interrogeant ces témoins, nous avons été frappés par la diversité des formations et des tempéraments, mais nous avons aussi pu extraire quelques traits communs ou généraux sur leurs parcours et enseignements :

- Peu d'entre eux sont obsédés par un projet d'entreprise depuis la petite enfance ou se sont réveillés un beau matin avec l'idée du siècle. Cependant, ils étaient désireux d'entreprendre, et généralement en veille active autour d'une intuition, souvent imprécise à l'origine, puis les rencontres ont été pour beaucoup dans la génération ou la confrontation des idées qui se sont cristallisées.
- Que la peur de l'échec ait été présente au démarrage ou non (et beaucoup ont la chance de ne pas ressentir cette peur, ô inconscience heureuse !), la difficulté a fait partie intégrante du chemin, et tous témoignent d'une capacité de rebond qui permet de démystifier et minimiser l'échec.
- Qu'ils soient tombés dans la marmite tout jeunes ou qu'ils aient découvert la potion magique plus tard, ils ont tous une passion d'entreprendre et une généreuse envie de la transmettre. C'est avec un grand enthousiasme que tous ces entrepreneurs ont accepté de raconter leur histoire (et nous les en remercions), peu empressés d'étaler leur réussite mais emballés de partager expériences et conseils qui résonneront pour certains et seront assurément utiles à beaucoup. D'ailleurs, aucun d'eux ne profite d'une « retraite bien méritée » grâce à une sortie patrimoniale ! Même ceux qui pourraient clairement se le permettre sont

repartis dans une autre aventure (voire plusieurs) et sont devenus *business angels*.

- Les entrepreneurs en solo ne sont pas légion, et beaucoup d'entreprises se sont constituées autour de duos complémentaires... qui ont su rassembler une équipe encore plus large. Pour aucun la réussite n'est solitaire !

Le paradigme d'Edison

Nous avons donc parlé de tentatives et de persévérance, et nous soulignons que s'entourer d'une équipe compétente et complémentaire est essentiel. À ce titre, il est utile de revenir sur le mythe de Thomas Edison, ce génial inventeur américain aussi prolifique que controversé. Souvent représenté sous l'avatar d'un bricoleur en blouse dans un atelier mal rangé, il est dépeint comme un chercheur obsessionnel et solitaire, capable de rater 9999 essais avant que le test numéro 10 000 donne une ampoule électrique. La réalité est pourtant loin du mythe !

Edison était effectivement obsessionnel, mais bien loin d'être solitaire. Il a créé sa propre entreprise en 1874 avec deux associés, pour recruter une équipe de soixante chercheurs salariés (plutôt que de recourir à des chercheurs isolés), ce qui lui a permis de superviser jusqu'à quarante projets en même temps et de déposer 1074 brevets, allant du phonographe à la gomme synthétique en passant par la lampe fluorescente. À son apogée, l'homme dirigea un véritable empire industriel

employant plus de 35 000 personnes. On est loin d'un Géo Trouvetou qui bricole au fer à souder dans son garage !

Pour reprendre l'exemple de l'invention de l'ampoule électrique, il aura fallu une équipe d'une trentaine de personnes, dont des scientifiques de haut niveau... et un long processus d'essais et d'erreurs. Ainsi, même si le génie d'Edison est facilement illustré par cet instant précis où l'ampoule s'allume, il ne s'agit pas d'une unique invention arrivant comme l'heureuse conclusion de toute une vie de sacrifices. Il s'agit plutôt d'une suite, voire d'un réseau entier d'innovations coordonnées, dont chacune a demandé les efforts conjugués de plusieurs corps de métier aussi variés que le chimiste, le souffleur de verre ou le mathématicien.

Thomas Edison n'était donc pas un savant fou retiré du monde, mais bien un entrepreneur instinctif et travailleur, qui s'intéressait autant à la productivité de ses ressources humaines qu'au potentiel commercial de ses inventions. De plus, il avait aussi compris les principes du marketing et de la communication, ce qui lui a non seulement permis de valoriser ses travaux et ses produits auprès de la presse et du grand public, mais aussi de dévaloriser ses rivaux de l'époque (comme le célèbre Nikola Tesla, qui en a largement fait les frais).

Enfin, il est intéressant de souligner que les innovations proposées par Edison n'ont pas toutes été auréolées d'une grande gloire, et qu'il a parfois été dépassé par des concurrents. Il en fut ainsi de son kinétoscope, un

appareil individuel permettant de reproduire des images animées, qui a été largement ringardisé par le cinématographe des frères Lumière. Mais ce ne sont pas ces obstacles ni ces échecs qui l'ont empêché de poursuivre ses efforts pour développer son entreprise...

L'exemple de Thomas Edison peut donc devenir un véritable paradigme pour l'entrepreneur. Celui d'un homme passionné qui a su déployer de l'énergie et s'entourer d'une équipe afin de transformer ses idées en projets, et ses projets en actes concrets. Celui d'un fonceur résolument optimiste qui a connu des succès et des échecs, mais qui n'a jamais arrêté d'avancer. Celui, aussi, d'un humaniste qui a su rester curieux et qui n'a jamais cessé de relever de nouveaux défis, déposant son dernier brevet à l'âge de 83 ans, tout juste un an avant sa mort.

Le succès laisse des traces

Si le succès de Thomas Edison ou d'un des témoins présents dans ce livre vous inspire, sachez qu'il n'y a pas de recette magique, mais que le succès laisse des traces. En suivant des chemins pavés par d'autres, vous arriverez sans doute plus vite à votre destination, avec moins de risques de vous perdre en route. Pour vous y aider, nous avons intégré plusieurs éléments dans les pages à venir :

- Tout d'abord, un glossaire des termes techniques. Même si nous avons évité autant que possible d'employer tout jargon propre au monde des entreprises,

des start-up ou de la finance, il nous a semblé profitable d'insérer un lexique explicitant certains termes utilisés lors des discussions professionnelles (voire informelles !) dans l'univers du business.

- Ensuite, un encadré thématique dans chaque chapitre, en fonction des thèmes abordés par nos interlocuteurs lors des interviews et des échanges que nous avons eus. Il peut s'agir de stratégie financière, de méthode organisationnelle, d'une certaine vision de l'entreprise... Que vous soyez d'accord ou non, vous y trouverez certainement des éléments de réflexion intéressants.
- Enfin, chaque chapitre s'achève par trois conseils pour réussir, qui sont là aussi très variés. Vous remarquerez qu'ils sont parfois complémentaires et parfois contradictoires, parfois redondants et parfois inattendus. Nous y reviendrons en tout cas en conclusion de cet ouvrage pour vous apporter un éclairage supplémentaire sur notre démarche dans ce livre.

Et vous le devinerez peut-être (si vous n'en êtes pas déjà convaincu), il n'y a pas vraiment d'échec ni de réussite qui soient absolus. Chacun devra trouver en lui et autour de lui les ressources nécessaires à la réalisation de ses rêves et de son bonheur. Mais puisque la meilleure façon de prédire l'avenir est encore de le construire, il n'appartient qu'à vous de bâtir votre prochain empire !