

L'art de se lancer

Le guide tout terrain pour tout entrepreneur

Ouvrage traduit de l'américain
par Marylène Delbourg-Delphis

Guy Kawasaki
Les Éditions Diateino

Introduction à la version française

... il ne faut pas vouloir être trop fin si l'on veut éviter les bévues, ou plutôt il faut l'être assez pour ne l'être pas quand on doit avant tout être simple.

Vladimir JANKÉLÉVITCH

Vous avez lu les « bibles » pour la création d'entreprise. Je pense notamment à des ouvrages indispensables comme ceux de l'Agence pour la Création d'Entreprises (*Créer ou Reprendre une Entreprise*, Editions d'organisation) ou de Robert Papin (*Stratégie pour la Création d'Entreprise*, Dunod)). Maintenant, il s'agit de démarrer – et c'est là qu'il vous faut quelque chose de plus, comme une mise en condition qui vous conforte dans votre optimisme tout en avivant votre vigilance et votre lucidité. *L'art de se lancer* est pour vous.

Les titres des dizaines de commentaires postés par les lecteurs sur le site d'Amazon.com résument la raison du succès de ce livre depuis sa parution à l'automne 2004 aux Etats-Unis. En voici quelques-uns : *Lecture obligatoire pour démarrer une entreprise... Une vie de leçons de business en compact... Un guide concret pour quiconque veut commencer un business... Facile à lire, facile à utiliser... Des conseils pratiques, qui vont droit au but... Le bon sens entrepreneurial sous une forme digeste... Super livre pour ceux qui croient que les livres de business sont ennuyeux !... Génial, drôle et pratique... Un trésor... Vous économise des milliers de dollars en consultants... Dommage que je n'ai pas lu ce livre avant d'écrire mon business plan... Ce livre m'aurait économisé beaucoup d'argent !... Pragmatique et brillant : même les vétérans madrés ont besoin de ce livre... Excellent point de départ quel que soit le niveau d'expérience... Pas simplement avant de commencer... Dans votre périple pour « changer le monde », n'oubliez pas d'emporter celui-ci !*

Cet ouvrage ne remplace pas les livres techniques qui vous expliquent comment tenir une comptabilité, structurer votre capital ou vous acquitter de vos obligations juridiques et institutionnelles. Il est leur complément. S'il est certain que vous trouverez beaucoup de renseignements nouveaux – que vous « apprendrez » quelque chose, n'y cherchez cependant pas seulement ce que vous ignorez. Lisez avec une attention toute particulière ce que vous pensez déjà maîtriser, qu'il s'agisse de l'art de faire une présentation, de discuter avec des capital risqueurs ou de recruter des employés. Ne survolez pas ce qui vous paraît évident, car c'est souvent ces points-là que les entrepreneurs les plus brillants sont tentés de négliger, et ce faisant, ils perdent du temps, de l'énergie ou de la crédibilité. Qui que vous soyez, que vous ayez ou non l'idée du siècle, *créer une entreprise*, c'est s'occuper d'une foule de choses triviales ou apparemment insignifiantes, et il est précieux qu'il y ait des gens qui vous le disent et redisent.

... Et qu'ils le fassent avec un talent de conteur. C'est là qu'est la singularité de ce « cours de *business* ». Kawasaki parle à des gens qui existent en chair et en os. Il s'adresse à vous. Il se met à votre place et vous renvoie votre image. Il répond à vos questions et à celles que vous vous posez souvent sans toujours oser les formuler. Ce livre est, à bien des égards, une version écrite des multiples conférences que Kawasaki fait dans le monde et qui attirent des dizaines de milliers d'auditeurs. L'auteur qui communique avec vous est intelligible, familier, parfois insistant comme on l'est dans la vie lorsque l'on s'assure que les gens écoutent et comprennent. Il est toujours intéressant et charismatique.

Quiconque a entendu Kawasaki vous dira combien son enthousiasme et son humour sont irrésistibles. On « achète ». Il a l'exubérance du conteur, qui éclairant sa ligne narrative

d'une quantité d'anecdotes relatives à son histoire personnelle ou à celle de personnages rencontrés au fil des années, donne à son propos la qualité persuasive du témoignage. Il en a aussi l'agilité verbale. Kawasaki pioche sans vergogne dans tous les registres linguistiques et culturels, les choisissant pour leur qualité évocatrice. Si Henry Ford, Pascal et Oscar Wilde n'ont rien en commun, les phrases qu'il leur dérobe sont mises au service d'une seule cause, celle de faire passer le courant avec les entrepreneurs, pour les secouer ou les motiver. C'est pour la même raison qu'il a recours à des expressions ou des mots qui sont, par eux-mêmes, des symboles et des sources d'inspiration, que ce soit la *pilule rouge* du film *Matrix*, le *mantra* du brahmanisme ou la qualité d'être un *Mensch*, un terme yiddish pour désigner quelqu'un de très bien. Enfin, Kawasaki a cette autre caractéristique du conteur, un tour d'esprit de moraliste, qui se révèle ici par une maxime, là par une parabole ou, occasionnellement, par une exhortation de prêcheur.

Cela dit, *L'art de se lancer* est pragmatique en diable ! Faites les exercices que Kawasaki vous propose dans certains chapitres. Essayez de présenter votre business en dix diapos et d'en décrire l'essentiel en quatre paragraphes ! Quand on est le nez dans le guidon, c'est souvent affreusement difficile. La lecture de ce livre vous donnera du recul, sera décapante pour certains, rafraîchissante pour d'autres – mais qui que vous soyez, vous vous sentirez proche d'un homme qui vous adresse au détour de presque chaque page un sourire de connivence, vous provoque et vous conseille avec bienveillance parce qu'il comprend les phases d'inquiétude par lesquelles passent presque tous les entrepreneurs .

Créer une entreprise n'est pas facile. Il n'y a aucune honte à l'admettre et à s'assurer que son entourage le comprenne. Mettez ce livre entre les mains de ceux qui vous disent « Ah bon ? Tu veux vraiment créer une boîte ? » Qu'ils soient inquiets, sceptiques,

ou impatients parce que votre société « n'a pas l'air de démarrer », il est fort probable qu'ils aient en commun de ne pas être trop au courant de ce qu'implique véritablement la fondation d'une entreprise. Ce livre leur permettra de comprendre les phases par lesquelles vous passez. De fait, *L'art de se lancer* est aussi, à ma connaissance, l'un des rares ouvrages, qui permette aux profanes de se faire une idée de ce dont il s'agit. Suivant une recommandation de Kawasaki (« faites l'essai sur votre mère ou votre père »), j'ai mis le texte entre les mains de ma mère. Institutrice en retraite, elle a plus de quatre-vingts ans. Elle m'a entendue parler des différentes sociétés que j'ai montées ou aidées depuis vingt ans, mais cela restait abstrait. Elle a lu le manuscrit de cette version française comme une histoire. « Je vois mieux. » a-t-elle admis. « En tout cas, je comprends, même s'il y a des mots qui sont nouveaux pour moi. » J'ai pris acte de cette remarque. C'est vrai, ayant passé la majeure partie de ces vingt dernières années aux États-Unis, je me suis rendue compte que je parlais parfois le « français de la Silicon Valley ». Pour éviter les périphrases à n'en plus finir, j'ai donc essayé de clarifier certains termes dans leur contexte et par des notes de bas de page (suivies de la mention « NDT » – Note du Traducteur –). Ainsi, si j'ai utilisé indifféremment « *modèle d'entreprise* » et « *business model* », je parle plus de « *l'art de faire une présentation* » que de celui de « *faire un pitch* » qui est une expression que les Français utilisent communément dans la Valley. Il y a cependant des mots que j'ai presque toujours gardés dans leur version francisée, comme « *bootstrapper* » qui veut dire commencer une entreprise avec rien – ou presque rien.

Vous pouvez vous demander si les recommandations de ce livre ne sont pas des recettes pour le goût américain, ou plus particulièrement adaptées à cette « Silicon Valley » dont rêvent tous les pays du monde, mais qui peut aussi véhiculer l'arrogance inhibante du succès quand on est en train de galérer dans son

coin à Longwy, Montluçon, Lannion ou Rodez. Rassurez-vous. Ce n'est pas le cas. S'il est vrai que cet ouvrage permet de se représenter l'esprit d'entreprise dans la Silicon Valley et pourrait, en un sens, être lu comme le complément à un guide de voyage pour la Californie, ne perdez pas de vue que la Silicon Valley est, en réalité, un cocktail international et que Kawasaki, hawaïien japonais de troisième génération, est un globe-trotter. Oui, ce livre s'adresse à vous aussi, où que vous soyez en France, et quelle que soit la taille du marché que vous visez. *Le bon sens* est non seulement *la chose du monde la mieux partagée*, il est aussi sans frontière. L'ironie veut d'ailleurs que, chez Apple, il était le subordonné de Jean-Louis Gassée et qu'un autre français dépendait de lui, Alain Rossmann, qui compte maintenant parmi des entrepreneurs les plus exceptionnels de la Silicon Valley. Qui plus est, la toute première *start-up* à laquelle Kawasaki ait participé était la filiale *bootstrappée* d'une société française, elle-même *bootstrappée*. J'avais créé en France une société d'édition de logiciels en 1984, et lorsque j'ai créé la filiale américaine, en 1987, mon premier P.-D.G. a été Guy Kawasaki. Il quittait sa position prestigieuse à Apple et « allait de l'avant », en véritable entrepreneur, ce qu'il n'a jamais cessé d'être au cours de sa carrière, directement, ou en aidant ceux dont l'objectif est de « rapprocher l'avenir ».

Bonne lecture ! Et dès que vous le pouvez, consultez le blog de Kawasaki. Lancé le 1^{er} janvier 2006, il avait accueilli 50.000 visiteurs trois jours plus tard : <http://blog.guykawasaki.com>. Pour un entrepreneur, c'est une mine d'or.

Marylène Delbourg-Delphis