

L'art de savoir s'acharner, une force exclusivement américaine ?

Après avoir passé un an sur les bancs de Berkeley aux États-Unis, l'entrepreneur Vincent Nallatamby revient sur ce qui fait, selon lui, la différence entre la France et la Californie : l'art de savoir s'acharner.

Temps de lecture : minute

25 décembre 2019

Article initialement publié en août 2017

J'aimerais partager avec vous une différence fondamentale que j'ai ressentie entre la Californie et la France : l'art de savoir s'acharner. Et pour cela, un premier exemple tout simple : nos emails quotidiens. En France, lorsque j'essayais de contacter quelqu'un (peu importe la raison !), je me permettait un email de relance. Avec deux, j'avais l'impression d'être déjà un peu trop insistant. De dépasser les limites de la politesse.

À San Francisco, l'un des premiers conseils reçu était tout simple : " *Si vous pensez que vous êtes pertinent, relancez, relancez et relancez encore. On ne vous en voudra jamais, personne ne veut rater une occasion. Ou on vous dira d'arrêter.* " Et ça marche. Un des entrepreneurs que j'ai rencontré m'a même affirmé avec un demi-sourire qu'il ne répondait jamais au premier mail. Il s'agissait d'un moyen comme un autre pour lui de trier ceux qui étaient vraiment motivés à l'idée de le rencontrer. Je ne sais toujours pas s'il se moquait de moi.

Les clés : insistance et audace

En réalité, l'insistance et l'audace permettent parfois d'obtenir de belles opportunités. À ce sujet, il y a quelques temps se tenait à San Francisco le " SF Music Tech Summit ", une grosse journée de conférence sur l'innovation technologique dans le secteur de la musique. Autant vous dire que j'étais motivé. Et là, le drame. 500 dollars l'inscription. Direct du droit. Je tente une première approche : je vais voir notre prof à Berkeley pour lui demander si par hasard il n'aurait pas un contact susceptible d'obtenir une place pour moi.

Réponse laconique, efficace, crochet du gauche : " *Tu te débrouilles, tu es entrepreneur. Si tu n'y arrives pas, je verrai ce que je peux faire. Mais je n'en ai pas envie.* " Je tente un premier mail à l'organisateur de l'évènement. Je me présente et lui demande s'il est possible d'obtenir une réduction. Pas de réponse. Le lendemain, deuxième mail. Pas de réponse. Le surlendemain, veille de l'évènement, nouveau mail. Une réponse, une ligne ! "*Ok, get ready to get your hands dirty*".

Le lendemain, j'assistais à toutes les conférences, gratuitement. J'ai pu rencontrer énormément de personnes, de Devialet à Kickstarter. J'ai également pu pitcher notre startup devant une centaine de personnes. Le soir de l'évènement, après le cocktail de clôture, ma deuxième journée commençait. Rangement, déménagement des stands, nettoyage des salles de conférences. Le deal était simple : tu viens gratuitement, mais tu fais le larbin jusqu'à ce qu'on te dise stop. Je ne regrette pas d'avoir accepté. Je suis rentré à 3 heures du mat, complètement explosé mais content de ma journée.

Aujourd'hui, de retour à Paris, je garde cette expérience comme une leçon sur l'attitude à adopter : essayer de ne jamais laisser passer une occasion. Je développe aujourd'hui ma startup avec quatre amis, jeunes diplômés de l'Ecole Polytechnique. Notre objectif est simple : créer une

enceinte bluetooth totalement disruptive. Quasi-impossible il paraît mais on a de bonnes idées (enfin, j'espère) et beaucoup d'énergie.

Article écrit par Vincent Nallatamby