

« *NOTRE MODÈLE EST PLUS CENTRÉ SUR L'HUMAIN, ET TANT MIEUX!* »



Frédéric Mazzella, fondateur de BlaBlaCar

Avant de lancer mon entreprise à Paris, j'ai habité plusieurs années aux Etats-Unis, où j'ai beaucoup appris. C'est une société de professionnels, fondée sur le mérite, où les relations au bureau sont très cartographiées. En France, notre modèle est davantage centré sur l'humain. Les échanges entre collègues y sont plus profonds, authentiques. Cela me manquait. Je suis né en France et j'y ai grandi. Pour cette raison, je ressentais une dette envers mon pays. Vivre à l'étranger est une expérience bénéfique, mais il faut se méfier de ceux qui prêchent que l'herbe est plus verte ailleurs. Cela est illusoire. On me questionne souvent sur les difficultés à faire carrière en France. Et ma réponse est univoque : monter une boîte est un challenge en soi, en France et dans le reste du monde. Beaucoup de Français fantasment sur les Etats-Unis. Et tendent à fermer les yeux sur le cimetière de start-up qui fait de l'ombre au rêve américain. Inconsciemment, nous filtrons tous les aspects négatifs de leur modèle pour n'en retenir que les succès. La première motivation d'un entrepreneur, où qu'il se trouve, est de changer

le monde, de laisser son empreinte sur le marché du travail. Ceux qui prétendent n'être motivés que par le gain et l'argent ne pourront faire face à l'ampleur de la tâche qui les attend. L'écosystème des start-up françaises présente une particularité : la loyauté des employés, leur engagement sur la durée. En revanche, notre modèle repose sur un paradoxe : d'un côté, nous produisons de la sécurité pour nos employés. De l'autre, nous créons de l'immobilisme et décourageons la prise de risque. Pour sortir de la crise, nous devons miser sur l'économie de partage. Celle-ci repose sur deux valeurs clés : la confiance et la liberté. Si l'on rend aux gens le contrôle de leur vie, ils gagneront en efficacité, en autonomie et en responsabilités. Le code du travail sclérose l'entreprise plus qu'il ne la protège. Même la sémantique du travail en dit long sur notre mentalité : aux Etats-Unis, pour qualifier les investisseurs qui placent leur argent dans des start-up, on parle de *venture capital* (*to venture* signifie « se hasarder », « s'aventurer »). En français, nous utilisons l'expression « capital-risque ». Pourquoi donner une connotation négative à l'investissement ? Le changement doit commencer par les mots.

www.blablacar.com



« *NOTRE PAYS A BESOIN DE "PANACHE"!* »

Mireille Guiliano, auteur* et ex-PDG de Veuve Cliquot USA

Même si le *French bashing* est devenu un sport national outre-Atlantique, les Américaines sont fascinées par les Françaises. Raffinée, cultivée, séductrice... la Parisienne est sans doute ce que l'Hexagone exporte le mieux – tant dans le secteur de la mode, du design, que de l'art de vivre. Curieusement, ce rayonnement culturel ne s'applique pas aux hommes français. Jugés sur la performance de nos politiciens, ils sont considérés comme mous, pleutres... et adultères ! Dans mes livres, je m'efforce de mettre en valeur notre art de vivre et de le rendre accessible à tous. Certes, la France est l'un des chefs de file du luxe, mais elle ne peut continuer à vivre sur ses acquis. Fini, la mentalité du « après moi, le déluge » ! Je fais mien le dernier mot prononcé par Cyrano de Bergerac : la France a besoin de « panache » ! Il faut donc brandir notre patrimoine comme un étendard, avec fierté, et devenir des battants. Pour ce faire, inspirons-nous du modèle américain. A commencer par le rapport à l'argent. Les Américains en ont une vision beaucoup plus décomplexée et assumée que nous. Pour sortir de la crise, il faut créer de la valeur et se débarrasser de nos vieux tabous. La réussite doit susciter l'admiration, et non la suspicion.

* Ces Françaises qui ne vieillissent pas, par Mireille Guiliano. Ed. de L'Homme, 228 p., 19,90 €.