

AVANT-PROPOS

Au vu des problématiques liées à l'environnement, de la crise du lien social accentuée par la pandémie et des limites de plus en plus criantes du système capitaliste, il nous est apparu important de présenter une solution de rechange au modèle habituel de création d'entreprise. Celle-ci fait de la communauté le socle de toute initiative ; une communauté qui émerge et qui se développe pour soutenir un mouvement et défendre une cause.

Comment en sommes-nous arrivés là ? Nous souhaitons profiter de cet espace pour vous le raconter et dévoiler ce qui s'est tramé dans les coulisses de la rédaction des pages que vous allez lire. Nous espérons que ces quelques lignes vous aideront à mieux juger de la légitimité et de la pertinence de notre propos.

Ce livre, c'est d'abord la rencontre entre trois hommes et trois continents.

Bernard Cova, professeur au sein du département Marketing et Nouvelle Consommation de la Kedge Business School à Marseille, a séjourné quatre mois au Québec en 2017, où il s'est joint au département Entrepreneuriat et Innovation de HEC Montréal afin de développer ses recherches sur les communautés de marque. Il y fait alors la connaissance de Franck Barès, professeur en entrepreneuriat et spécialiste de l'accompagnement des créateurs d'entreprise. Les deux compatriotes se lient d'amitié et trouvent rapidement un terrain de collaboration autour du thème de la passion partagée de l'entrepreneur avec sa communauté.

L'année suivante, Bernard et Franck développent le séminaire de formation *Comment accompagner l'entrepreneur passionné ?* pour l'École des dirigeants de HEC Montréal, puis l'adaptent pour des ateliers dédiés aux entrepreneurs de l'incubateur de la Kedge Business School. À l'issue d'un atelier tenu à Marseille, l'un des participants se dirige droit sur eux et leur dit : « Messieurs, tout ce que vous avez exposé aujourd'hui correspond à ma vie, à mon aventure ! ». C'est ainsi

qu'Anicet Nemani est entré dans la vie des deux professeurs-chercheurs. Camerounais vivant en France, passionné par la musique de son pays d'origine, il a lancé BIMSTR, une plateforme entièrement dédiée à l'émergence de nouveaux talents. S'ensuit un premier échange à la cafétéria de l'école, des déjeuners, puis des sessions de travail... Le trio est ainsi formé!

Ils confrontent alors les théories de l'entrepreneuriat et de la gestion des communautés de marque avec les réalités d'un parcours entrepreneurial comportant une forte composante communautaire. Les deux professeurs décodent, à la lumière de leurs connaissances, les comportements entrepreneuriaux d'Anicet. À son tour, ce dernier met à profit leurs conseils et fait évoluer son projet de communauté autour de la défense de la musique et des talents émergents camerounais en un modèle d'affaires économiquement viable. De ces échanges, en ressort un credo : « la communauté d'abord, l'entreprise ensuite ». Et c'est ainsi que l'idée du livre *Start-up tribu* est née!

Ce livre, c'est aussi un message que les auteurs veulent adresser aux experts en management et en entrepreneuriat du monde entier. Au-delà du mythe de la *start-up nation*, de l'hyper croissance et de la spéculation sur la valeur future de l'entreprise, il existe une forme entrepreneuriale alternative à plébisciter et à privilégier auprès des jeunes entrepreneurs, ce que nous nommons « l'activisme entrepreneurial ». Fini les incantations médiatiques nourries de « licornes », de « levée de fonds », de « valorisation », etc. Nos sociétés, d'autant plus dans un contexte post-pandémique, ont besoin de liens sociaux et communautaires, que leurs membres soient originaires de Douala, de Marseille ou de Montréal. L'activisme entrepreneurial existe d'abord pour répondre à ce besoin de nos contemporains, et ensuite pour soutenir ce qu'un individu ou un groupe d'individus essaient d'entreprendre.

Alors que l'utilisation du mot « *start-up* » renvoie habituellement à des projets entrepreneuriaux associés à des ambitions de croissance clairement établies, une technologie capable d'apporter un changement d'échelle et de créer des besoins importants en capitaux pour assurer le développement, il importe de préciser que dans cet ouvrage, nous utilisons *start-up* indépendamment de ces caractéristiques. Il s'agit ici,

au plus près de son étymologie anglaise, de projets en démarrage, de toute nature et de tout secteur, portés par la volonté d'entreprendre de certaines personnes. Ensuite, nous utilisons le mot « tribu » plutôt que celui de « communauté », car ce dernier nous semble aujourd'hui largement vidé de tout son sens. Il ne rend en effet pas compte de la passion partagée des individus qui s'investissent dans ce type de projets, souvent bénévolement, par activisme et par envie de soutenir le mouvement ainsi lancé.

Start-up tribu se veut donc autant le titre de cet ouvrage, qu'un cri de ralliement pour tous ceux qui veulent participer au développement d'une alternative au modèle dominant de la création d'entreprise. Il s'adresse tout aussi bien aux futurs porteurs de projets qu'à tous les dirigeants de structures d'accompagnement qui souhaitent insuffler un nouvel esprit et une nouvelle façon d'entreprendre.

Nous espérons donc, à notre mesure, contribuer à ce mouvement auquel nous croyons.

Franck Barès,
Bernard Cova et
Anicet Nemani