

## ***Anything You Want***

Par Giles Daoust

... est le titre du livre de l'entrepreneur américain Derek Sivers. Avant de le lire, je craignais que le message ne soit qu'en tant qu'entrepreneur, « *you can achieve anything you want* », « *the sky is the limit* », et autres poncifs malheureux de certains livres de management. Mais le message est tout autre, plus humble et donc plus profond.

Derek Sivers est le fondateur d'une société peu connue en Europe, CD Baby. Au début des années 2000, il s'agissait d'une des premières plateformes permettant de commander des CD sur un site internet, et de les recevoir à domicile par la poste. Eh oui, c'est le business model que suivait Netflix à la même époque (mais avec des DVD). En quelques années, CD Baby est passée de quelques milliers de dollars de chiffres d'affaires, à plusieurs dizaines de millions.

Mais l'histoire de l'entreprise n'est pas le sujet du livre. Au lieu d'essayer de nous subjuguier avec des leçons de management universelles, Derek Sivers raconte quelques épisodes qu'il a eu du mal à gérer pendant sa carrière. Entrepreneur atypique, Sivers ne cherchait pas à être un patron omnipotent et omniprésent. Il était passionné de code informatique, de qualité de service et de musique. Et c'était très bien comme ça.

### **Entrepreneur atypique, Derek Sivers ne cherchait pas à être un patron omnipotent et omniprésent.**

Ses erreurs de débutant, Sivers les présente avec philosophie et avec l'humilité qui convient. Il se dit un homme modeste, sans grands besoins ni ambitions financières, et il a déjà eu la chance de créer une entreprise et de devenir riche, même si certains lui répètent qu'il aurait pu l'être beaucoup plus. Sivers met en garde contre les ambitions démesurées et les bâtisseurs d'empire : à partir d'un certain niveau de succès, où fixe-t-on la limite ? À quel moment est-ce que c'est « assez » ? À quel moment votre ambition vous rend-elle tout simplement malheureux ?

### **À quel moment votre ambition vous rend-elle tout simplement malheureux ?**

Et c'est là qu'on arrive au message essentiel, et au titre, du livre : *Anything You Want*. Si vous êtes entrepreneur ou dirigeant (dans le privé comme dans le public), beaucoup de gens assumeront que vous êtes un patron traditionnel, que vous avez des lunches au sommet avec les personnes les plus importantes du pays, que vous concluez vous-même tous les *deals*, etc. Mais si, dans votre for intérieur, vous étiez tout simplement *différent* ?

Les CEO le savent bien : le revers de leur médaille est une certaine solitude du patron. *At the end of the day*, vous êtes seul à prendre la décision. Et tout le monde vous regarde. Certaines décisions seront impopulaires, donc vous ne pouvez pas vous draper dans l'illusion que vous serez « aimé » de tous. C'est comme ça. Dans les start-ups, il règne souvent une naïveté à cet égard : « je suis super cool, tout le monde m'adore ». Et puis, l'entreprise grandit... et tout change : les enjeux, la dynamique de groupe, la distance entre vous et les collaborateurs. C'est inévitable. Et vous vous sentez de plus en plus seul, et à la recherche de repères.

Beaucoup de personnes chercheront à vous conseiller : « En tant que dirigeant tu dois *absolument*... te rendre à tel événement... faire partie de tel club d'affaires... intervenir régulièrement dans la presse... négocier tous les *deals* importants... être ami avec tous tes clients... connaître personnellement tous tes employés... faire au moins 8 réunions par jour... voyager beaucoup... connaître la législation sur le bout des doigts... être l'expert ultime dans tout... »

Derek Sivers le résume en une phrase : votre rôle en tant que dirigeant, *you can make it anything you want*. Il n'y a pas de *guidebook* pour être un « bon » dirigeant. Les règles du succès,

personne ne les connaît. Vous êtes extraverti ? Génial ! Vous être introverti ? Parfait ! Vous êtes plutôt un financier ? Super ! Vous n'y connaissez rien au marketing ? Peu importe !

**Votre rôle en tant que dirigeant, *you can make it anything you want.*  
Les règles du succès, personne ne les connaît.**

La seule chose à garder en tête, c'est que votre style personnel, et la manière dont vous gérez votre emploi du temps, auront un impact sur votre équipe. Votre ADN aura un impact sur celui de l'organisation que vous dirigez. Et c'est très bien comme ça ! Vive la personnalité ! Vive la différence ! Un cas n'est pas l'autre, et les routes du succès sont nombreuses.

Le message derrière le livre : soyez vous-mêmes, et ne regrettez rien. Trouvez votre style, votre voie. Évoluez. Osez. Expérimentez.

Derek Sivers aurait pu être Reed Hastings, le fondateur de Netflix. Mais il ne regrette rien, car être Derek Sivers, c'est déjà une très belle réussite. Soyons nous-mêmes, ne cherchons pas à être quelqu'un d'autre. Et quel que soit le résultat de notre parcours, au moins, il nous ressemblera !