

ODYSSÉES

D'ENTREPRENEURS

FAIRE FACE AU SYNDROME DE L'IMPOSTEUR

Manage ton imposture

Page 10

**Traqué par le syndrome
de l'imposteur**

Page 16

Quatre contes d'un posteur

Page 42

À propos

QUI SOMMES-NOUS ?

LiveMentor est la référence du coaching et de la formation en ligne pour entrepreneur·e·s. Depuis 2016, plus de 7 000 entrepreneur·e·s ont suivi les formations LiveMentor pour donner un coup de boost à leur projet. Nous sommes profondément convaincu·e·s que toute personne peut vivre de sa passion, lancer son projet, quels que soient son statut, son âge, ses compétences ou... sa position géographique !



LE MAGAZINE

- ← C'est le projet fou de LiveMentor, né du constat qu'il n'existe aucun magazine en France qui aborde de vrais sujets d'entrepreneur·e·s :
- ← celles et ceux qui se lancent, qui galèrent, qui se reconvertissent, mais qui vont au bout de leurs rêves, malgré tout.



NOS MENTORS

Vous avez envie de développer votre projet ?
Nous avons des solutions pour vous aider ! Nous prendrons le temps de réfléchir sur vos problématiques pour vous aider à avancer.
Scannez ce QR code pour prendre votre rendez-vous gratuit.



Édito

Le syndrome de l'imposteur peut nous paralyser, nous faire nous sentir illégitimes, et parfois nous garder dans une sorte de procrastination qui nous pousse vers cet « *échec qu'on mérite tant* ». Mais d'où vient ce sentiment de ne pas se sentir à sa place ou de ne pas mériter les succès qui nous arrivent ? Est-il lié à un traumatisme de notre enfance ? Notre société favorise-t-elle ce sentiment ? Touche-t-il tout le monde sans exception ?

Beaucoup d'entre nous vivent constamment avec ce sentiment d'être *une fraude*, *une arnaque*, et avec l'inquiétude constante d'être bientôt *démasqués-es*. Souvent dans notre vie professionnelle, parfois dans notre vie personnelle ou dans les activités qu'on pratique.

La majorité dit que c'est un syndrome qu'il faut chasser, que c'est presque une maladie. D'autres disent qu'il faut l'accepter et l'utiliser comme une force car pour quelques-un·e·s, le syndrome peut être un moteur de dépassement de soi, de motivation pour toujours aller plus loin et se surpasser.

Dans ce numéro dédié au thème du syndrome de l'imposteur, nous allons creuser ce phénomène. Nous irons à la rencontre de personnes l'ayant surmonté, mais également de professionnels qui nous partageront leur point de vue sur le sujet. Nous parlerons de Valentina Terechkova, la première femme cosmonaute à avoir effectué un vol solitaire dans l'espace, ou encore de Vanessa Rocherieux, C.E.O. de *Manage Ta Vie*, qui ont toutes les deux vécu à un moment donné avec ce syndrome.

Merci pour vos retours et vos partages. Comme toujours, cela nous fait très plaisir de voir vos posts sur les réseaux sociaux alors n'hésitez pas à nous identifier sur Instagram, [@livementor](#) !

Bonne lecture !

Ilhem Ayad
Directrice de la publication



S O

M M

A I

R E

Faire face au syndrome de l'imposteur

6

Entreprendre dans la mode en France et de manière éco-responsable !

Interview de **Bastien Hullessen** par **Ilhem Ayad**
et photographies de **Quentin Dressy**

10

Manage ton imposture

Portrait de **Vanessa Rocherieux** par **Yann Barouch**
et photographies de **@byluke** et **@explorewithmanon**

16

Traqué par le syndrome de l'imposteur

Interview de **Ian Benedict** par **Mathias Savary**

22

Comment se libérer du syndrome de l'imposteur ?

Par **Najwa Benchebab**
et illustrations de **Lucie Barthe-Dejean**

26

Pourquoi Zemmour ?

Par **Estelle Haas**

28

Le syndrome de l'imposteur, une affaire de genre ?

Par **Sophie Laurenceau**

30

Entrepreneures d'exception

« Ne laissez pas le syndrome de l'imposteur réduire vos rêves. Ne le laissez pas rabaisser vos ambitions »

Par **Josiane Asmane**
et illustrations de **Lucie Barthe-Dejean**

34

Art'rospection

Ces artistes qui ont souffert du syndrome de l'imposteur

Par **Maureen Damman**
et illustrations de **Lucie Barthe-Dejean**

36

Sous le capot... d'une facilitatrice graphique

Analyse de l'activité de **Hélène Pouille**
par **Milena Cobast** et illustrations
de **Lucie Barthe-Dejean**

42

Article de réflexion

Quatre contes d'un posteur

Par **Ian Benedict**
et illustrations de **Lucie Barthe-Dejean**

Entreprendre dans la mode en France et de manière éco-responsable !

Portrait de **Bastien Hullessen** par **Ilhem Ayad** et photographies de **Quentin Dressy**

Sur ce numéro, nous avons eu la chance d'aller à la rencontre de Bastien, le fondateur d'*Atelier Loden*. Bastien a lancé le premier manteau personnalisable, confectionné en France uniquement à partir de matières naturelles françaises !

Est-ce que vous pouvez commencer par nous dire qui vous êtes ?

BASTIEN Je m'appelle Bastien, j'ai 30 ans et j'habite à Paris depuis 6 ans maintenant. Si je devais me décrire, je dirais que je suis une personne passionnée, j'aime m'investir dans ce qui me plaît et je n'ai pas peur de travailler dur pour arriver à atteindre mes objectifs !

Wow ! On sent la motivation, qu'est-ce qui vous a motivé à entreprendre ? D'où est venue l'idée de votre entreprise ?

BASTIEN D'un côté, j'ai toujours eu l'envie de m'investir dans un projet porteur de sens, d'avoir de l'impact au contact de mes clients, puis de voir leur satisfaction ! D'un autre côté, j'ai toujours aimé les manteaux longs, mais j'avais toujours eu du mal à trouver ce qui me plaisait : ce vêtement est toujours très standard chez les hommes ! Pour trouver ce qui me correspondait, il fallait soit partir dans la *fast fashion*, avec les travers qu'on lui connaît, soit dans le luxe. Je voulais au début

le confectionner moi-même parce que je sais me servir d'une machine à coudre (ma grand-mère était couturière) et que j'ai déjà pu faire quelques vêtements. Mais depuis que je travaille en start-up, j'écoute beaucoup de podcasts d'entrepreneurs, notamment de fondateurs qui se lancent dans le crowdfunding à moindres frais (pas si moindres que ça, on y reviendra !). Je me suis donc dit « *Pourquoi pas moi, pourquoi ne pas professionnaliser cette idée ? Parce que j'imagine que je ne suis peut-être pas le seul à rechercher ça ?* ».

Intéressant ! Dites-nous en peu plus sur le lancement de votre projet.

BASTIEN J'ai fondé à l'automne 2020 *Atelier Loden*, une marque de manteaux personnalisables, confectionnés en France à partir de matières naturelles françaises. L'année dernière, il était possible de choisir parmi 6 caractéristiques (type d'épaules, de poches, de col...), soit 216 combinaisons de manteaux possibles. Cet hiver, ce sera 5 760 combinaisons qu'il sera possible de faire (avec de nouvelles couleurs et d'autres

caractéristiques), mes clients ne seront pas prêts de croiser le même manteau dans la rue !

Votre projet est très engagé, comment mettez-vous en avant toutes ces valeurs ?

BASTIEN Tout d'abord en étant le plus transparent possible : que ce soit au travers de la présentation détaillée de l'ensemble de mes matières premières jusqu'au portrait de mes fournisseurs, en passant

par le détail du coût des manteaux. J'essaie ensuite d'expliquer de la manière la plus claire possible ma proposition de valeur et l'innovation que j'apporte au marché du manteau (de la personnalisation et du 100 % français) que ce soit sur mon site (atelierloden.com) ou mes réseaux sociaux. Je partage également très fréquemment les dessous de mon aventure entrepreneuriale en story *Instagram*, et vous pouvez en retrouver quelques passages dans celles *highlightées*.





**On peut dire que vous savez utiliser les réseaux sociaux, bravo !
Quelle a été votre plus grande fierté dans cette aventure ?**

BASTIEN Sans doute le fait d'avoir lancé seul ma société et l'avoir menée à la rentabilité dès la première année, le tout en gérant seul le projet de A à Z. Et ce malgré la Covid, qui a impacté mes séances d'essayage d'où proviennent la majorité de mes ventes, j'ai donc dû me réinventer et proposer des séances en visio qui ont très bien fonctionné ! Le fait d'avoir eu si peu de retours produits et des clients tellement contents qu'ils me recommandent fréquemment à leurs proches, a été également très satisfaisant !

**Bravo pour ce lancement réussi !
Comment avez-vous géré les aléas ?**

BASTIEN L'une des choses les plus importantes pour moi est de planifier au maximum pour limiter les risques : que ce soit au travers d'un plan projet ou d'un *business plan* pour la partie financière, ça me permet de me libérer l'esprit pour me concentrer sur l'essentiel !

Pour ce qui est de l'inspiration, est-ce que vous avez un film ou un livre qui vous a marqué ?

BASTIEN J'ai récemment lu le livre sur la culture d'entreprise de *Netflix* écrit par son fondateur Reed Hastings : il prône l'empowerment et l'autonomie, des valeurs essentielles pour moi ! Je pense également à la biographie d'Elon Musk, un sacré parcours que je trouve inspirant à bien des égards : une passion, une vision et surtout beaucoup de travail pour arriver à atteindre ses objectifs, même les plus fous !

**« L'UNE DES CHOSES
LES PLUS IMPORTANTES POUR MOI
EST DE PLANIFIER AU MAXIMUM
POUR LIMITER LES RISQUES. »**

**Un dernier conseil pour ceux
qui souhaitent se lancer ?**

BASTIEN N'hésitez pas à contacter d'autres personnes, que ce soit des fondateurs ou des employés, au sein de jeunes projets ou de sociétés établies : très souvent, ils seront ravis d'échanger avec vous et vous donneront des conseils tirés de leurs expériences ! Sinon, je vous recommande d'écouter des podcasts ou de lire des livres, ils sont nombreux et peuvent vraiment vous rassurer au démarrage ! Pour en savoir plus, je vous invite à passer voir l'article que j'ai écrit sur les dessous de mon aventure *Atelier Loden* sur le blog de *Borasification* : « *Lancer sa marque de vêtements aux agrumes : les 12 conseils du chef* ». J'y retrace de manière humoristique mon parcours et donne de nombreux conseils très concrets sur la planification, la communication, l'acquisition de clients, la gestion des relations avec ses partenaires, etc. Et bien sûr, n'hésitez pas à me contacter, ce sera avec plaisir que je répondrai à toutes vos questions ! ●

Bastien Hullessen
Fondateur de l'Atelier Loden

Son site internet :
www.atelierloden.com



Le compte pro des entreprises et des indépendant·es

✓ 1^{er} mois offert ✓ Ouverture rapide en ligne ✓ Sans engagement



Télécharger dans
l'App Store



DISPONIBLE SUR
Google Play

Manage ton imposture

Portrait de **Vanessa Rocherieux** par **Yann Barouch** et photographies de **@byluke** et **@explorewithmanon**

Vanessa Rocherieux connaît bien le syndrome de l'imposteur : elle l'a côtoyé pendant des années dans sa vie professionnelle sans pour autant parvenir à l'identifier. Il lui a fallu passer par plusieurs crises profondes pour enfin décider de se confronter à cette ombre qui la suivait partout. Or, quoi de mieux pour exorciser une souffrance que de l'étudier ? C'est ce qu'elle a fait, et elle nous le raconte aujourd'hui :



Quand Vanessa s'exprime sur la question du bien-être au travail, elle le fait avec tant d'assurance et de clarté qu'on aurait facilement tendance à la considérer comme immunisée contre le type de souffrances que le contexte professionnel peut occasionner.

Cette coach trentenaire a décidé de consacrer une grande partie de son énergie à alerter sur les risques encourus quand on se jette corps et âme dans le travail sans jamais prendre de temps pour soi. Et elle sait de quoi elle parle.

Si Vanessa a aujourd'hui su trouver un équilibre qui la protège contre la plupart des travers qui guettent les travailleurs, elle n'en affirme pas moins qu'il n'existe pas d'immunité. Pour se sentir bien au travail, il faut d'abord faire la démarche de s'y observer, de se questionner sur la satisfaction que l'on en retire quotidiennement.

Or, pour les personnes concernées par le *syndrome de l'imposteur*, les moments de satisfaction sont rares et éphémères. Vanessa nous explique en effet qu'il y a tout d'abord un sentiment de ne pas être à sa place, qui d'ailleurs peut nous concerner bien au-delà du monde du travail *classique* :

De jeunes mamans ou papas ressentent fréquemment le poids de ce qu'ils croient être une imposture lorsqu'ils doivent assumer leur rôle de parents. On retrouve ce phénomène également dans le sport, y compris chez des athlètes de haut niveau qui ont le sentiment d'avoir usurpé leur place.

À cela s'ajoute une notion de résultat, qui vient renforcer cette impression : prise en étau entre une incapacité à s'approprier leurs succès, et une forte tendance à internaliser tous leurs échecs, les personnes concernées par le syndrome de l'imposteur souffrent d'une peur irrationnelle de décevoir les autres.

Cette peur entraîne un cercle vicieux, puisqu'elle génère beaucoup d'angoisse et de stress, qui vont à leur tour se répercuter sur le travail, et donc encore amplifier la peur de décevoir.

Parmi les autres critères que l'on trouve chez les personnes souffrant du syndrome de l'imposteur, on retrouve le sentiment d'être une fraude, l'impression d'être surestimé-e, ou encore une peur irrationnelle d'échouer, même en répétant une tâche pour la millième fois.

Cependant, notre coach tient à apporter quelques clarifications : d'abord, l'expression *syndrome de l'imposteur* est une erreur de dénomination (une... imposture linguistique en quelque sorte !), puisqu'il ne s'agit pas d'une maladie à proprement parler. Il serait donc plus approprié de parler de *phénomène* ou d'*expérience* de l'imposteur [note : même si à travers ces lignes, nous nous en tiendrons à l'expression consacrée].

Ensuite, bien que le syndrome de l'imposteur puisse frapper n'importe qui, il est dans l'air du temps de croire que l'on est tous·tes concernés·ées dès lors que l'on ressent le moindre sentiment d'illégitimité.

« LES PERSONNES CONCERNÉES PAR LE SYNDROME DE L'IMPOSTEUR SOUFFRENT D'UNE PEUR IRRATIONNELLE DE DÉCEVOIR LES AUTRES. »

Or, douter de soi est légitime dans bien des contextes. L'humilité est souvent bonne, lorsqu'elle ne vire pas à l'excès. Se comparer aux autres est normal, tant qu'on prend des points de comparaison qui sont à notre niveau. Le perfectionnisme peut également être gage de qualité, quand il ne se transforme pas en obsession. Tout est une question d'équilibre, mais chez les personnes qui souffrent vraiment du syndrome de l'imposteur, tout est dans l'excès perpétuel.

Chercheuse en imposture

Lorsqu'elle doit choisir son sujet de mémoire pour valider sa formation de coach, Vanessa choisit un thème spécifique, et rarement abordé : *Le syndrome de l'imposteur chez les dirigeants*. Bien sûr, le choix de ce sujet n'est pas anodin : elle-même a vécu l'expérience en tant que salariée à de nombreuses reprises par le passé, dans sa première vie professionnelle dans l'univers des cosmétiques de luxe, et ce, pendant près de 8 ans !

Alors son intention à travers ce mémoire est de chercher des solutions non seulement pour les dirigeants, mais aussi pour elle. Concernant le *syndrome de l'imposteur*, Vanessa tombe rapidement sur les travaux de Pauline Clance et Suzanne Imes, premières psychologues à avoir identifié et étudié ce sentiment d'insécurité injustifié. Elle s'y retrouve totalement (à l'exception

du mot *imposteur*), et se rend compte qu'elle en a longtemps souffert sans le savoir !

Le travail sur ce mémoire a bien heureusement un effet thérapeutique sur notre coach en devenir. En revanche, les recherches sur les dirigeants-es ne sont pas aussi évidentes : la littérature sur le sujet est presque inexistante, sans doute parce que ces derniers constituent une catégorie socioprofessionnelle dont on attend constamment qu'elle renvoie une image de force et de vitalité. Il n'est donc pas étonnant que les dirigeants-es soient moins enclins-es à se vulnérabiliser dans des enquêtes sociologiques, par peur de trahir l'image à laquelle ils ou elles croient devoir correspondre.

« POUR SE SORTIR D'UN CERCLE VICIEUX, ENCORE FAUT-IL AVOIR CONSCIENCE QUE L'ON SE TROUVE EN PLEIN DEDANS. »

Cependant, Vanessa découvre bien vite que malgré les apparences, le mal-être est beaucoup plus répandu qu'il n'y paraît parmi eux, et même au-delà. Au cours de ses recherches, elle apprend ainsi que 70 % de la population a ressenti au moins un jour, l'un des critères liés au sentiment d'imposture. Et pas moins de 20 % porteraient ce fardeau au quotidien.

Elle découvre également qu'il peut y avoir une corrélation entre le statut professionnel et le développement de ce sentiment chez les dirigeants-es et entrepreneurs-es : le cocktail *stress en continu* et *obligation de performance* est en effet particulièrement propice à l'apparition du syndrome de l'imposteur.

Souvent, les personnes qui se lancent dans l'entrepreneuriat, ont des compétences et une expertise dans un domaine spécifique, sans avoir de façon innée les qualités pour être un-e bon-ne entrepreneur-e, qui s'acquièrent avec le temps.

Il y a aussi le fameux *Principe de Peter*, qui veut que « dans une hiérarchie, tout employé a tendance à s'élever à son niveau d'incompétence », et donc que tous les postes finissent par être occupés par des personnes incapables d'en assumer les responsabilités.

Bien qu'il s'agisse d'une loi purement empirique, il est intéressant de se pencher sur ce qui peut

bien se passer dans la psyché des personnes concernées : si elles ont tendance à avoir un peu trop confiance en elles, il est possible qu'elles soient sujettes à l'*Effet Dunning-Kruger*¹, et soient des *incompétents-es inconscients-es*.

En effet, c'est un biais cognitif par lequel les personnes les moins qualifiées auraient tendance à surestimer leurs compétences dans un domaine. Si vous craignez d'être concerné-e, rassurez-vous tout de suite, au XXIème siècle, ce n'est visiblement pas un obstacle pour accéder aux plus hautes fonctions, comme Donald Trump nous l'a prouvé.

Maintenant, pour nombre d'entre nous, si l'on se retrouve dans la situation du *Principe de Peter*, il est fort probable que nous ressentions à un moment ou un autre le syndrome de l'imposteur, ou plutôt comme nous l'explique Vanessa, que nous traversions le cycle de l'imposteur.

Le cycle infernal de l'imposteur

Non, rien d'exagéré dans le qualificatif d'*infernal*. Comme nous le verrons dans un instant, il s'agit d'un véritable cercle vicieux. Comme nous l'explique notre coach, cela peut commencer par une situation toute simple : une nouvelle tâche confiée par la hiérarchie.

En réaction à cette mission, la personne ressent d'abord une montée d'anxiété et de stress, tout en se répétant qu'elle n'y arrivera pas, qu'elle n'en a pas envie.

Ensuite, elle va se perdre dans l'une de ces stratégies comportementales pour se reconforter :

- Le travail acharné (sans pour autant être forcément efficace) : on s'agite dans tous les sens en brassant de l'air, ou bien on se lance dans des études théoriques sur le sujet car on est persuadé-e qu'avant de se lancer dans la pratique, il faut reprendre la théorie depuis la base.
- La procrastination, que l'on ne présente plus : ce moment où d'un coup, on ressent un besoin impérieux de nettoyer son appartement de fond en comble (ce qui n'a pourtant pas été fait dans les six derniers mois) ou de s'attaquer à la pile de vaisselle, parce que toute tâche nous paraît préférable à la tâche qu'il nous incombe de faire. Jusqu'au moment où le temps fait défaut, et qu'il n'y a plus d'autre choix que... le travail acharné.

Finalement, la personne réussit la mission, mais ne s'attribue pas la réussite, dénigrant toutes

les preuves de ses compétences. De là, le sentiment d'imposture apparaît, ou bien est renforcé, doublé d'un sentiment d'inefficacité.

Heureusement, Vanessa est là pour nous rassurer : il existe de nombreuses manières de s'extirper de ce cycle infernal. Cependant, tous les chemins commencent au même droit : celui de l'auto-observation. Pour se sortir d'un cercle vicieux, encore faut-il avoir conscience que l'on se trouve en plein dedans.

Notre coach nous explique qu'il faut apprendre à identifier les signes, pour en atténuer les ressentis. Puis dans un second temps, il ne faut pas hésiter à en parler, à *faire tomber le masque* : c'est le meilleur moyen de *rompre le sort*.

En effet, puisqu'une grande partie du sentiment d'imposture repose sur la peur d'être découvert·e, en prenant les devants et en révélant ses propres doutes, on donne aux collègues ou aux supérieurs·es la possibilité de nous apporter des preuves tangibles et rationnelles que nous sommes bien à notre place.

Plasticité neuronale et preuves juridiquement irréfutables

Vanessa aime à répéter que face au *syndrome de l'imposteur*, puisqu'on est dans le domaine de l'irrationnel, il faut contrer en collectant des preuves tangibles et rationnelles de son mérite, « *qui seraient juridiquement irréfutables devant un tribunal* », ajoute-t-elle avec le sourire.

Comme si un procès se jouait en permanence à l'intérieur de nous-mêmes. Il s'agit donc de parvenir à rassembler assez d'éléments indéniables prouvant que l'on est à sa place, que personne ne conteste notre légitimité, afin de l'emporter contre la partie de soi qui refuse de se reconnaître à sa juste valeur.

**« IL M'A FALLU UN DÉCÈS,
UN DIVORCE, UNE DÉPRESSION
ET QUE MON CORPS LÂCHE
POUR ENFIN COMPRENDRE ! »**

Pour parler plus concrètement, Vanessa propose par exemple de mesurer ses réussites en les écrivant dans un *journal des fiertés*. Dans ce processus, notre coach invite également à prêter une attention



toute particulière à toutes les manifestations du sentiment d'imposture : quelles phrases négatives tournent en boucle dans la tête ? Quelles émotions sont prédominantes à ce moment-là (peur, honte...) ? Que se passe-t-il dans le corps (rythme cardiaque accéléré, sudation...) ?

Vanessa a remarqué plus d'une fois que lorsque ses clients·es arrivent à se raccrocher à des raisons factuelles de ne pas douter, alors les symptômes d'angoisse s'atténuent pour laisser place à davantage de sérénité.

Le travail de répétition est particulièrement thérapeutique : en s'entraînant à répéter des phrases ou des pensées, on joue sur la *plasticité neuronale*, ou tout simplement sur la capacité à ré-écrire des circuits neuronaux. On éduque alors le cerveau à remplacer un automatisme négatif par un autre, positif. Cependant, notre spécialiste nous met en garde : plus le cas est ancien, plus le travail à entreprendre doit se faire sur la durée pour en venir à bout.

Il n'y a aucune fatalité lorsque l'on est dans cette situation, mais il y a tout de même un risque qui n'est pas des moindres : avancer dans une souffrance constante, tout au long d'une carrière qui risque de devenir chaotique à force d'autosabotages. Or ce qui frappe Vanessa, c'est la difficulté qu'ont tant d'entrepreneurs-es, dirigeants-es, et managers à se montrer disposés-es à se faire aider.

Le coût de la négligence

Le constat que fait Vanessa est sans appel : la notion de bien-être passe quasi systématiquement à la trappe quand on aborde la question avec des entrepreneurs-es. Pris-es dans une course effrénée, ils ou elles évoquent un manque de temps ou des problèmes de budget pour laisser cette question de côté.

**« EN EFFET, VANESSA S'EST DONNÉ
POUR MISSION PROFESSIONNELLE
D'ENVOYER UN MESSAGE
HAUT ET FORT À AUTANT
DE PERSONNES EN SOUFFRANCE
DANS LEUR EMPLOI QUE POSSIBLE :
IL Y A UNE PORTE DE SORTIE ! »**

Pourtant ce n'est pas une question superficielle, martèle Vanessa ! On a trop tendance à négliger notre santé physique et mentale en repoussant toujours à plus tard le moment où l'on se penchera dessus. Sauf que si l'on attend trop, on prend le risque de s'effondrer avant même de pouvoir enfin demander de l'aide.

Si l'on poursuit le raisonnement pseudo-pragmatique de celles et ceux qui refusent d'investir du temps et de l'argent dans leur bien-être, alors combien coûte un burn-out, lorsqu'on ne peut même plus sortir du lit ? Combien coûte un divorce, lorsqu'on a négligé sa vie maritale en se confortant toujours dans l'idée



qu'il y aurait un *après* dans lequel on pourrait arranger les choses ? Sans parler des choses inquantifiables : combien ça coûte, de manquer les premiers pas de son enfant ?

Vanessa se garde bien de dire à ses clients-es ce qu'ils devraient faire ou non, mais elle constate avec amertume qu'il y a un véritable paradoxe chez beaucoup d'entrepreneurs-es qui se lancent en disant « *je veux créer mon propre business pour être plus libre !* »



et qui au bout du compte se retrouvent à passer encore moins de temps en famille qu'en étant salariés-es.

Elle-même a eu une prise de conscience, comme elle l'explique dans un post *LinkedIn* : « *Il m'a fallu un décès, un divorce, une dépression et que mon corps lâche pour enfin comprendre !* »

Comprendre quoi ? Que contrairement au dicton, le temps ce n'est pas de l'argent, mais de la vie. Qu'on a tous le même nombre d'heures dans

une journée, mais que nous n'avons pas le même nombre de jours à passer sur cette Terre.

Vanessa a réussi à se sortir de la crise profonde qui la tenaillait en faisant appel aux services d'un coach. De cette façon, elle a pu tout remettre à plat : ses besoins, ses valeurs, ses blocages, ses travers, etc. En faisant ce travail sur elle-même tout en étant accompagnée, elle a pu reprendre les commandes de sa vie. Dans la foulée, elle a décidé de quitter l'entreprise où elle bossait depuis huit ans, et de se reconvertir elle-même en coach.

« LE CONSTAT QUE FAIT VANESSA EST SANS APPEL : LA NOTION DE BIEN-ÊTRE PASSE QUASI SYSTÉMATIQUEMENT À LA TRAPPE QUAND ON ABORDE LA QUESTION AVEC DES ENTREPRENEURS-ES. »

En effet, Vanessa s'est donné pour mission professionnelle d'envoyer un message haut et fort à autant de personnes en souffrance dans leur emploi que possible : il y a une porte de sortie !

Elle combat également les mythes selon lesquels il faudrait forcément *travailler dur pour réussir*, ou encore « *le burn-out, c'est pour les faibles* » (absurdité, puisque seules des personnes ayant une endurance et une résilience hors du commun sont capables d'encaisser pendant des années avant de finalement s'effondrer).

Si aujourd'hui elle a la sensation d'avoir perdu des années précieuses de sa vie, elle l'accepte sans broncher. Car c'est ce qui lui a permis de comprendre cette phrase galvaudée, et pourtant si essentielle quand on la comprend réellement : « *il y a des choses dans la vie qui n'ont pas de prix* ». ●

Vanessa Rocherieux
C.E.O. de Manage Ta Vie

Son site internet :
www.managetavie.com

Traqué par le syndrome de l'imposteur

Interview de **Ian Benedict** par **Mathias Savary**

Sous ses airs nonchalants et sa bonhomie contagieuse, Ian Benedict a eu un parcours incroyablement riche. Zappeur pour l'émission *Vu*, il a pitché son projet de start-up devant des légendes de l'entrepreneuriat : Xavier Niel, Marc Antoine Granjon et Marc Simoncini ; en parallèle de ses chroniques dans *Odyssées*, il écrit des scénarios pour des courts métrages et des films d'animation. Et pourtant, il est poursuivi dans tout ce qu'il fait par le syndrome de l'imposteur. Comme quoi ! Un bel exemple d'un être talentueux qui ne se sent pas à sa place.

« Est-ce que je dois m'inventer une personnalité ? »

C'est une question que Ian Benedict s'est souvent posée. Presqu'à chaque fois qu'on lui confiait une nouvelle fonction.

Il y a toujours une certaine gravité attachée à la tenue d'un poste. Est-ce la source de cette impression déplaisante d'être un imposteur ? L'un de ses premiers jobs étudiant illustre bien le problème.

Il y a 10 ans, Ian a été propulsé comme assistant pédagogique dans un collège de ZEP (avec ce que cela implique de violence et de tension). Le jour de son arrivée, les élèves venaient le voir. « Vous êtes qui ? », et parce qu'il avait le même blouson qu'un des surveillants, on lui demandait : « Vous êtes le frère à Jérôme ? ». Ian savait qu'il ne pourrait pas s'improviser lascar. Il ne pouvait tout simplement pas

faire semblant. C'était trop loin de sa personnalité. Il s'est tout de suite demandé comment il allait survivre. Les autres surveillants avaient cette stratégie : « Fais gaffe, je connais ton grand frère ! » Ian se disait : « Je vais me faire bouffer tout cru. »

Il a donc dû s'adapter. Il y avait les attentes de l'administration et il y avait celles des élèves dans la classe. Il a développé une stratégie unique en son genre. Elle reposait essentiellement sur la sympathie. Il expliquait aux élèves : « Si tu continues comme ça, tu vas te foutre dans la merde. » Mais il avait le sentiment de ne pas être à sa place ; et en même temps, il devait être suffisamment sérieux pour faire le boulot qu'on attendait de lui. Pour les cours du soir, il pouvait même entrer dans la démagogie : « Bon, il est 17 h. Vous n'avez pas envie de bosser, moi non plus. On fait une demi-heure sur les exercices d'anglais et après, on parle de jeux vidéos dans la demi-heure qui reste ! »

Grâce à une amie de prépa (Ian suivait des études de lettres supérieures), il a aussi travaillé à la bibliothèque Pompidou, en tant que responsable des vacataires de rangement. Et là encore, il ne se sentait absolument pas légitime. Il surveillait des personnes de son âge ou plus âgées. Il devait s'assurer qu'elles ne discutaient pas ensemble. Plusieurs fois, Ian s'est éclipsé en disant : « *Je vais ranger tel secteur* ». Puis il partait au rayon BD pour en lire une. Là encore, il entrait dans des négociations avec les vacataires : « *Vous pouvez discuter. L'essentiel, c'est que le boulot soit fait.* »

Ian ne s'est jamais senti légitime à un poste d'autorité. Sans doute parce que lui-même ne croit pas totalement à ce système autoritaire et hiérarchique. Et si on pouvait juste compter sur l'intelligence des uns et des autres ? « *Pour moi, il n'y a rien de pire que de m'inventer une personnalité que je n'ai pas. Ça finit toujours par s'écrouler. Je sais que je ne vais pas tenir la longueur.* »

Pourtant, il semble que le monde entier fonctionne comme ça. Nous sommes dans un immense jeu de rôle.

« SPONTANÉMENT DANS LA SOCIÉTÉ, ON EST HABITUÉ. ON VOIT UN POLICIER EN UNIFORME. ON EST HABITUÉ À ASSOCIER LES PERSONNES À LA FONCTION. MAIS EN FAIT, C'EST QUELQU'UN COMME NOUS. LÀ, IL EST EN TRAIN DE JOUER SON RÔLE. IL EST EN REPRÉSENTATION. »

Ian se souvient aussi qu'un été, au milieu de ses études littéraires, entre l'hypokhâgne et la khâgne, il a travaillé dans une banque. Et il s'est retrouvé à gérer une caisse à un guichet. Il pouvait avoir jusqu'à 5 000 € dans la caisse ! Lui qui était extrêmement mauvais en math, il se disait : « *Ils sont complètement fous ! Pourquoi ils me confient toute cette thune. C'est quand même une sacrée responsabilité.* » Chaque soir quand il faisait ses vérifications de caisse, il avait des sueurs froides. Parfois, il découvrait qu'il manquait 2 000 € ! Pour découvrir après coup qu'il avait oublié de compter une liasse. Parfois, il comptait un excédent. Il se disait « *Génial, je peux repartir avec.* » Mais c'était de nouveau une erreur de calcul.



Et encore une fois, il fallait faire illusion devant le client. Là encore, Ian avait une stratégie simple. Quand il était dépassé, il fronçait les sourcils en tapant sur le clavier d'ordinateur. Comme si c'était la machine qui avait un problème. Puis il allait demander à la responsable. Ian reconnaît volontiers : « *Moi-même je ne me serai pas fait confiance pour occuper ce poste-là* ». Même pour un job d'été, le syndrome de l'imposteur était déjà là.

Est-ce un passage obligé ? « *Finalement, c'est quelque chose qu'on surmonte dès qu'on reste suffisamment longtemps dans un job.* » Le problème c'est que Ian a souvent fait des petits boulots dans lesquels il n'est resté qu'un an.

Et quand il a été recruté en tant que zapper ? Le syndrome était au rendez-vous. Brusquement, en commençant son nouveau travail, il a réalisé : « *Mince, je vais participer au zapping. En fait, c'est moi qui dois sélectionner les séquences pour demain.* ».

Il s'est retrouvé devant les écrans. Et comme il devait suivre plusieurs écrans à la fois, il se demandait avec angoisse : « *Est-ce que je manque une information essentielle ?* ».

Il a fallu 3 ans avant que ce sentiment d'être un imposteur disparaisse. Durant cette période, Ian restait parfois jusqu'à 3 h et demie ou 4h du matin pour revoir des séquences et être sûr de n'avoir rien manqué.

Ce qui est drôle, c'est que Ian Benedict a multiplié les expériences, même s'il n'arrivait pas à se défaire de ce sentiment de ne pas être à sa place. En 2012, il lance une start-up avec son frère (qui est professeur de lettres). C'était vraiment deux littéraires pur jus qui

se lançaient dans le monde de la *Tech*. Et ils y allaient comme ça, la fleur au fusil !

Ils créent la boîte. Très vite, quand ils vont à des séances de pitch et qu'on leur demande « *C'est quoi votre business model ?* » Ian se dit : « *Mais c'est quoi un business model ?* »

« *J'étais vraiment le mec qui débarque. Je disais : on est vraiment obligé de gagner de l'argent quand on crée une boîte ? Je pensais que c'était un bonus. Je veux dire : c'est bien si tu y arrives, mais ce n'est pas le cœur du sujet.* »

« *On était deux charlots.* » Ian et son frère voulaient créer une app de recommandation culturelle en fonction des goûts en musique, cinéma, littérature,



théâtre. Ils voulaient s'adresser à la fois aux artistes et aux amateurs d'art. Sur la plateforme, l'utilisateur pouvait renseigner tout ce qu'il aimait en tant qu'art. Et ils travaillaient sur un algorithme qui permettait de faire des rapprochements en ratissant l'ensemble des goûts. L'objectif était de faire émerger des artistes hors de la masse de tout ce qui se faisait. Ils voulaient inclure aussi des lieux et des prescripteurs. Ça touchait tout le monde et donc personne.

« On a coché toutes les erreurs de débutants : faire quelque chose de très ambitieux, qui s'adresse à tout le monde... »

Pourtant, tout le monde leur ouvrait les portes. Le simple fait qu'ils arrivent en tant que start-up leur permettait d'obtenir des rendez-vous. Il faut dire que les musées étaient complètement largués en termes de transition numérique. Ian était comme le héros du film de Spielberg, *Attrape-moi si tu peux*. Il était fasciné par la facilité avec laquelle ça se passait. *« Mais en fait, c'est aussi simple que ça d'obtenir un rendez-vous avec le responsable du Musée du Louvre ou du musée d'Orsay ? »*

**« J'ÉTAIS VRAIMENT LE MEC
QUI DÉBARQUE. JE DISAIS : ON EST
VRAIMENT OBLIGÉ DE GAGNER
DE L'ARGENT QUAND ON CRÉE
UNE BOÎTE ? JE PENSAIS QUE C'ÉTAIT
UN BONUS. JE VEUX DIRE :
C'EST BIEN SI TU Y ARRIVES, MAIS
CE N'EST PAS LE CŒUR DU SUJET. »**

Dans tout l'écosystème start-up, il y avait cette chaîne de confiance. Dès lors qu'on obtient un contact, que l'on vient de la part de quelqu'un, c'est possible de rencontrer plein de gens qui semblent inaccessibles. Et ceux sans *background check* sur qui l'on est et d'où l'on vient. Ian s'est même retrouvé membre d'un jury pour un concours d'école de commerce. Il savait qu'il n'avait aucune légitimité ou qualification pour être là. *« On me l'a demandé. Je n'avais rien à faire ce jour-là. Je suis venu. »*

Lors de cette expérience, Ian a repensé à lui-même, quand il passait devant un jury, des années plus tôt. Ça se trouve, c'était des gens à qui l'on avait demandé d'être là. Et pendant son passage, alors qu'il était

pétrifié, les membres du jury pensaient sans doute à ce qu'ils allaient manger le midi !

Pendant cette période start-up, c'est Alexandre Dana qui les a aidés à sortir du brouillard. Il se connaissait depuis l'école. Alexandre leur a expliqué simplement : *« C'est très cool ce que vous voulez faire, mais il faut commencer par l'étape un : savoir à qui vous vous adressez. Avec quel art vous commencez ? »*

Une autre difficulté, c'était de trouver le développeur. Il y avait toute une part d'affects dans les relations. Les choses n'étaient pas bien délimitées. Les deux frères passaient par des ascenseurs émotionnels. En réalité, ils leur manquait tout le côté business. *« Il y avait plein de choses sur lesquelles on était en angle mort. »*

Dans une start-up et même dans toute entreprise, il y a toujours une infinité de tâches. Tout le problème est de savoir laquelle il faut faire maintenant. Est-ce qu'on travaille sur le produit ? Est-ce qu'on travaille sur la communication ? Ian et son frère n'étaient pas très bien organisés. Et ils changeaient de stratégie toutes les semaines.

Bref, ils étaient paumés.

Et, bien sûr, Ian se sentait tout le temps un imposteur. Il était dans un incubateur qui s'appelle *Creatis*. Ils étaient dans cette ambiance avec tous ces entrepreneurs. Et il y avait toujours ce truc de façade, d'avoir l'air sérieux. Mais Ian avait du mal à débarquer au bureau avant 10 h 30 - 11 h. Alors que les autres étaient là de bon matin, depuis 8 h. En revanche, Ian était toujours le premier à proposer d'aller faire un ping-pong.

L'univers des start-up était peut-être un domaine propice au jeu de rôle. *« Fake it till you make it. Même si on a jamais "make it". »*

La vérité, c'est que Ian a toujours eu du mal à se prendre au sérieux. *« C'est un peu comme les lentilles d'une caméra. Si l'on dézoome un peu, tout est un peu absurde. La raison pour laquelle on est là. »* Et en même temps, Ian aime avoir cette pensée qui n'est pas figée. Une pensée qui sautille entre différents points de vue. Être dans l'action, puis l'instant d'après, prendre du recul.

C'est ce qui le guide quand il doit écrire ses articles de réflexions pour *Odyssées*. Le syndrome de l'imposteur

vient après. Au moment où il doit écrire l'article, il écrit. Il va suivre son instinct du moment. Son inspiration. Après coup, il se dit : « *J'ai suivi cette intuition. C'est sans doute totalement contestable ! Je n'ai même pas utilisé beaucoup de références.* » Comme si ce satané syndrome était toujours là en arrière-plan.

Ce qui est surprenant, c'est que ça ne l'empêche pas d'agir. Ian a eu un parcours très riche. Ça vient d'une prise de conscience eue quand il était en hypokhâgne. Il s'était inscrit à des cours de théâtre. C'était extrêmement stressant. Tout le monde était là par passion ou parce qu'il voulait en faire son métier. Ian était là en touriste. Il avait pris cette option, car « *le prof avait l'air sympa.* »

Quand les participants devaient faire des exercices sur scène, Ian s'est rendu compte qu'il n'y avait rien de pire que de ne pas participer. Il y avait des moments où, pour telle et telle raison, une personne ne voulait pas faire l'exercice.

« *Le groupe pardonnait toujours à celui qui y allait, même s'il faisait quelque chose de nul. Alors que la personne qui n'y allait pas, il y avait quelque chose d'impardonnable. Justement, parce que tous les autres s'étaient jetés à l'eau. Ça m'est un peu resté.* »

Il y avait la satisfaction de l'avoir fait. Et tant pis si on avait eu l'air ridicule.

Mais en fait, ça veut dire quoi être crédible ? À quel moment on devient légitime ? Et finalement, qui décide de la légitimité ?

« J'ESSAIE DE PLUS EN PLUS DE DIRE OUI, LÀ OÙ J'AURAI ENVIE DE DIRE NON. »

Dans le cas de Ian, pour tout ce qui est de l'écriture, il ne se pose pas la question de faire valider sa légitimité par d'autres. « *Je sais que c'est un piège.* » Mais Ian, qui veut être scénariste, se dit que ce serait bien de pondre au moins UN scénario. Ce serait une sorte d'auto validation. Il va peut-être avoir cette satisfaction bientôt. Il travaille sur le court métrage d'un ami qui veut être réalisateur.

Ça a été un chemin de croix pour lui, car c'était l'histoire de son ami ; sauf qu'il s'est rendu compte que celui-ci ne savait pas exactement l'histoire qu'il devait

se raconter. 5 ans plus tard, ils ont abouti à quelque chose. Ils vont le présenter au CNC pour obtenir une subvention. Ils sont accompagnés par des producteurs.

Ça ferait un projet terminé ! La légitimité ce serait donc : avoir un résultat concret. Quelque chose que l'on peut montrer. Un accomplissement. Avant ça, on est un scénariste sans histoire. « *C'est sympa d'aller à la pêche aux idées. Mais tous les poissons que j'ai pêchés, ça fait des années qu'ils pourrissent dans un coin. Ce serait sympa de les cuisiner et de les servir.* »

« *Ce qui peut bloquer, si on parle de créativité, c'est un trait de l'époque. On entend souvent : "si tu ne comptes pas devenir un pro de la musique, ça ne sert à rien de tapoter sur ton piano ou de griffonner sur une feuille." Comme si on devait à chaque fois viser le super grand succès. En fait, c'est aussi quelque chose qui crispe et qui paralyse.* »

En réalité, si ce qu'on fait plaît à quelques personnes, c'est suffisant. Et si ces personnes-là sont en nombre suffisant pour que l'on puisse en vivre, c'est génial. On n'a pas besoin de plus. C'est quelque chose que Ian essaie de développer en lui.

« *J'essaie de plus en plus de dire oui, là où j'aurai envie de dire non. Alexandre Dana, ça fait longtemps qu'on se connaît.* » Ian a vu l'évolution de *LiveMentor* de l'extérieur. Il ne comprenait pas du tout ce que c'était. Il voyait juste qu'Alex était passionné par ce projet. Lors des soirées chez des amis, Alexandre disait : « *Faut que je m'éclipse. Je vais écrire ma newsletter.* » Il s'enfermait dans une chambre et on ne le voyait plus. Quand il lui a proposé d'écrire pour *Odyssées*, Ian a répondu : « *C'est gentil, mais je ne suis pas sûr d'être la bonne personne. Je suis sûr qu'il y a plein de personnes qui pourraient être plus qualifiées que moi.* »

Puis il s'est repris. Et s'il disait oui ? Et s'il faisait au moins un test ? Ça a commencé comme ça. « *Je me suis rendu compte que personne ne me demandait de carte de presse.* »

« *On a plusieurs parties en nous-mêmes. Et il y a des parties de moi qui ne sont pas forcément bien intentionnées et qui veulent me saboter. La partie de moi qui veut dire "non" quand on me propose quelque chose, ce n'est pas forcément celle qui a les meilleures intentions. Ce n'est pas celle qui va me permettre de grandir et d'aller où je le souhaite.* »

Ian s'attache à combattre cette partie-là et dire le plus souvent possible *oui*. C'est aussi ce combat contre nos peurs imaginaires. On prête cette citation à Winston Churchill : « À 20 ans, on s'inquiète de ce que les autres pensent de nous. À 40 ans, on ne se soucie plus de ce qu'ils pensent de nous. À 60 ans, on se rend compte que personne ne se souciait vraiment de nous en premier lieu. »

C'est typiquement les jurés en face desquels on a tendance à se liquéfier. Alors que le type en face pense juste à ce qu'il va manger le midi. Dans sa phase start-up, Ian avait participé à *101 projets*, l'initiative lancée par Xavier Niel, Marc Antoine Granjon et Marc Simoncini. Il s'était retrouvé à devoir pitcher en une minute ce qu'il voulait faire devant eux.

Vu que ça l'angoissait au possible, Ian s'était dit : « *C'est une pièce de théâtre d'une minute que je dois jouer. Je vais juste monter sur scène et délivrer mon texte comme je suis censé le délivrer.* » Ça s'est passé très vite. Comme c'est arrivé tôt dans le début du projet (il n'avait pas rejoint l'incubateur), c'était une sorte de jalon. Qu'ils réussissent ou non (et d'ailleurs, ils n'ont pas eu le financement de 25 000 €), Ian et son frère pouvaient dire « *je l'ai fait* ». Un peu comme un haut fait pour faire partie d'un gang.

Ian a donc pitché devant ces trois grands entrepreneurs. Sur le moment, c'était impressionnant. Mais ce sont toujours des êtres humains. Même si on peut les considérer comme des demi-dieux.

Quelles sont les techniques de self défense que Ian utilise pour contrer le *syndrome de l'imposteur* ? La respiration. Ça fait partie des trucs ancestraux. Et pendant longtemps, ça lui passait au-dessus. Ian avait l'habitude de ricaner quand on lui parlait de méditation. Et puis il a épousé une Brésilienne qui vient d'une culture très ancrée. Elle connaît plein d'outils naturels et ancestraux. Tout est là. Il faut laisser de côté ses a priori et essayer. « *Qu'est-ce qui se passe si je me pose là pendant 5 minutes et que je respire profondément.* » C'est là, c'est un outil.

Et puis, il y a cette idée : « *Le plus important, c'est de faire l'expérience.* » Adolescent, Ian a eu sa phase métalléux. Aux booms, il restait assis parce que « *c'est trop naze de danser* ». Finalement, la frustration de rester assis (parce qu'on ne veut pas s'autoriser à aller danser) l'emporte sur *les principes* !



Maintenant, il danse, quitte à être ridicule. « *C'est toujours plus décevant, et on attire beaucoup plus l'attention si on y va à reculons. Si on refuse de participer. Si on essaie de s'extirper du mouvement collectif.* »

Le *syndrome de l'imposteur*, il le relie aussi au sentiment que l'on éprouve à une soirée où l'on n'est pas invité. Ou bien au fait de s'incruster dans un événement. Il faut se fondre dans la masse. Et si on remarque que personne ne semble s'offusquer de notre présence, ça veut dire que c'est bon. On n'est pas moins légitime qu'un autre. « *Le fait de stresser ou ne pas oser prendre une coupe de champagne, ça attire plus l'attention. Il faut accepter de se fondre dans le mouvement.* »

Il n'y a rien de pire que de ne pas participer, pas vrai ? ●

Ian Benedict
Auteur et écrivain

Comment se libérer du syndrome de l'imposteur ?

Par **Najwa Benchebab** et illustration de **Lucie Barthe-Dejean**

Même au sommet de nos réussites entrepreneuriales, nous sommes amenés à faire la rencontre de Machiavel, cette voix qui chuchote avec espièglerie : « Tu aurais pu faire mieux, tu vas être bientôt démasqué », « Tout le monde en aurait fait autant », « C'était juste un coup de chance » ...
Je te propose de rencontrer cette voix qui se cache derrière ce syndrome et de te livrer quelques secrets pour la surmonter.

Le concept et les causes de son déclenchement

Le terme *syndrome de l'imposteur*, ou *phénomène de l'imposteur*, a été décrit pour la première fois en 1978 par les chercheuses Pauline Clance et Suzanne Imes. Il touche des personnes performantes avec des signes extérieurs de succès, mais qui vont souvent éprouver des pensées négatives omniprésentes et une peur constante d'être découvertes comme des imposteurs au quotidien.

Ces psychologues ont montré également que les personnes qui souffrent du *syndrome de l'imposteur* ont souvent un profond sentiment de doute de soi, ce qui amène à de l'anxiété et à une faible confiance en soi. En même temps, elles sont incapables d'intérioriser leur propre succès, même face à de nombreuses preuves objectives externes de leurs compétences et de leurs aptitudes. Paradoxalement, les imposteurs craignent autant la réussite que l'échec.

Nous pouvons expliquer ce phénomène par les quatre dysfonctionnements suivants :

1. La critique intérieure dans le *syndrome de l'imposteur* est envahissante et destructrice. Machiavel peut nous souffler des mensonges crédibles. Un manque de contrôle sur cette voix de critique intérieure peut conduire à une faible estime de soi.
2. Les personnes atteintes de ce syndrome ont tendance à avoir de fortes émotions négatives et ont du mal à s'auto-réguler émotionnellement. Elles ont tendance à s'accrocher aux émotions négatives et à les projeter dans le futur sans prise de recul.
3. Certains individus ont une approche inadaptée des défis et des risques. Leur anxiété va aboutir à des formes d'auto-sabotage comme la procrastination.
4. L'être humain s'exprime au monde extérieur en portant un masque et en adoptant un autre *persona* afin de susciter une *désirabilité sociale*.

En effet, nous ne montrons pas au monde extérieur notre vrai et authentique moi, mais nous nous présentons comme un personnage soigneusement construit selon différentes attentes, règles et normes sociales.

Quelques outils pour surmonter le syndrome de l'imposteur

Comme précédemment évoqué, les personnes atteintes du *syndrome de l'imposteur* vont avoir tendance à se concentrer sur leurs faiblesses, réelles ou imaginaires, car Machiavel est très doué pour voir le côté obscur, prédire de terribles résultats et définir tous les scénarios possibles pour échouer. Et si, à la place de l'écouter, tu essayais de l'amadouer en reconnaissant et observant tes forces plutôt que tes faiblesses ?

En psychothérapie positive, se concentrer sur les forces de caractère est essentiel pour l'optimisation et l'équilibre lors des interventions thérapeutiques. Concernant le *syndrome de l'imposteur*, les forces de caractère serviront à guider et à centrer tes réflexions sur le positif en s'efforçant de remplacer les schémas négatifs par des schémas positifs pleins de ressources, en te rappelant tes points forts. Pour repérer tes forces de caractère, tu peux passer ce

questionnaire gratuit en ligne : www.viacharacter.org. Ce test a été passé par 4 millions de personnes, dans 190 pays. Après avoir trouvé tes principaux points forts, tu peux faire une petite introspection sur la façon dont ils se manifestent dans ton quotidien pour essayer de les renforcer.

Les personnes atteintes du *syndrome d'imposteur* ont un manque de rétroactions cohérentes et constructives dans leur carrière. Les chercheuses Clark et Barba (2014) ont trouvé que le soutien social aide et diminue les symptômes du *syndrome d'imposteur*. Il est donc essentiel de créer un environnement dans lequel tu te sens en sécurité et dans lequel tu as la possibilité d'être ouvert sur tes expériences entrepreneuriales : communiquer sur tes échecs, discuter de tes prochaines pistes d'amélioration et célébrer les réussites de ta start-up (par exemple : des programmes de mentorat).

Et plus récemment, les chercheurs Hutchins et Rainbolt (2017) ont montré que les personnes atteintes du *syndrome de l'imposteur* sont souvent sujettes à l'anxiété, l'épuisement professionnel ou encore à la détresse psychologique. Il est donc nécessaire de te donner une limite de temps sur l'analyse d'une pensée négative en la décortiquant en cascade de pensées, afin de prendre du recul,



de transformer les difficultés en opportunités, de développer ta résilience grâce aux questions suivantes :

- **Circonstances** : Quels sont les faits concernant la situation ? Reste neutre et objectif.
- **Réflexions** : Qu'est-ce que Machiavel a pensé ? Comment s'est-il manifesté ? Les mots qu'il a utilisés ?
- **Sentiments** : Qu'as-tu ressenti après avoir eu cette pensée ? (Parfois, il est plus facile de penser d'abord au sentiment, puis de revenir en arrière, quelques minutes auparavant, pour découvrir la pensée.)
- **Actions** : Quelles actions as-tu entreprises avec ces sentiments ?
- **Résultats** : Quels ont été les résultats de tes actions ?

Enfin, pour que tu puisses te débarrasser à jamais de Machiavel, procure-toi un journal où tu peux noter toutes les réflexions positives que tu reçois. Écris et documente tout ce qui t'a fait te sentir heureux. Ce journal est un excellent moyen de surmonter le biais naturel de négativité du cerveau et sa révision périodique stimule un voyage mental positif dans le temps.

Grâce à ces quatre armes, le *syndrome d'imposteur* va diminuer, voire disparaître, et tu pourras enfin savourer ton succès entrepreneurial en toute sérénité.

3. Est-ce que tu crois que tu ne mérites pas les retours positifs ?
4. Est-ce que tu as tendance à être déçu·e de ta réalisation en pensant que tu aurais pu faire mieux/plus ?
5. Est-ce que tu crains que les autres puissent un jour découvrir ton/tes manques de connaissances ou de compétences ?
6. Est-ce que tu as peur de l'échec ?
7. Est-ce que tu as peur de ne pas pouvoir répéter, reproduire ton succès ?
8. Est-ce que tu as le sentiment de ne pas être la même personne en public et en privé ?
9. Est-ce que tu crains de réaliser les attentes des autres ?
10. Est-ce que tu te sens moins capable que les autres ? Te sens-tu moins intelligent·e malgré des signes évidents qui prouvent le contraire ?
11. Est-ce que tu attribues ton succès à des causes externes ?
12. Pour toi, les rituels comportementaux sont-ils nécessaires pour assurer une réussite ?
13. Est-ce que tu préfères être à des positions, des postes à bas niveau par rapport à tes capacités ou non stimulant, de peur d'échouer ?
14. Est-ce que tu te sens incapable d'être fier·e de ton succès, en persistant à croire que tu n'es pas compétent·e ? ●

BONUS

Est-ce que j'ai le syndrome d'imposteur ?

La liste des critères ci-dessous a été établie par le chercheur Holmes et ses collaborateurs. Si tu réponds oui à au moins cinq de ces caractéristiques, tu es la bienvenue dans le club des personnes atteintes par ce syndrome :

1. Est-ce que tu te décris comme un imposteur (tricherie, fausse intelligence...) ?
2. Est-ce que tu éprouves des difficultés à accepter les félicitations et la reconnaissance ?



Najwa Benchebab

Psychologue et slasheuse assumée

Son compte Instagram :
[@najwa.benchebab](https://www.instagram.com/najwa.benchebab)



Entreprendre l'esprit tranquille passe par la domiciliation d'entreprise

- ✓ Une adresse prestigieuse à partir de 19€ht/mois
- ✓ Scan et tri automatique de vos courriers
- ✓ Service 100% en ligne et sans surprise

Appelez-nous au :

01 85 53 38 24

Pourquoi Zemmour ?

Par Estelle Haas

Eric Zemmour est partout dans nos médias. Il pourrait atteindre les 11 % des suffrages s'il se présentait en 2022 d'après un sondage Harris Interactive-Challenges. Avec un premier tirage à 200 000 exemplaires et des ventes approchant les 80 000 exemplaires en quatre jours, son livre *La France n'a pas dit son dernier mot* est le succès de la rentrée littéraire.

Le débat médiatique virevolte autour de lui : 3,8 millions de téléspectateurs ont regardé le débat Mélenchon/Zemmour. Ce qui m'intéresse ici n'est pas spécifiquement Éric Zemmour ; je précise que je ne m'intéresse pas aux idées et idéologies ici, mais plutôt à la forme des prises de parole en public.

Alors, pourquoi monopolise-t-il soudainement l'espace médiatique ?

Pour moi, il l'accapare à cause du vide qui demeure face à lui. Pour moi, cela s'explique en grande partie par ses prises de parole.

Eric Zemmour a quelque chose que les autres semblent avoir perdu : la flamme. Contrairement à beaucoup d'hommes et de femmes politiques, il parle avec passion de son sujet.

La parole d'Éric Zemmour est si virulente qu'elle nous donne l'impression qu'il est prêt à mourir pour ses idées.

Peu importe qu'on soit d'accord avec sa vision de la France, ça se sent : il exprime une révolte avec fougue et avec foi.

Deux sujets m'interrogent. Premièrement, je n'entends aucun contre-récit sur l'avenir de la France. Prenons l'écologie par exemple. Les discours pourraient être aussi passionnants et enthousiasmants que les livres *Ecotopia*, récit *écolo-utopique*, écrit en 1975 par Ernest Callenbach ; ou encore *Et si...* de Rob Hopkins, merveilleux appel à l'action pour initier des changements profonds. Or, je n'entends pas chez nos politiques écologistes

la fabuleuse histoire d'un récit commun, qui donnerait envie de relever les défis des prochaines années pour vivre notre meilleure vie. Ou inversement. Je n'entends pas non plus chez les Verts, le récit tragique et effroyable d'une France dévastée et mourante à cause de la crise écologique. À l'inverse, j'entends des chiffres rabâchés, débités de façon impersonnelle, sans aucune vision incarnée d'un futur désiré par les Français.

Ce qui m'amène à mon deuxième point. Je n'entends personne, dans notre paysage politique, raconter une histoire de la France avec autant d'ardeur qu'Éric Zemmour. Autour des tables médiatiques se succèdent des politiques qui s'expriment comme... des communicants. Écoutez-les ! Ils défilent chez Jean-Jacques Bourdin sur RMC : leurs prises de parole servent à clarifier une ligne politique en réaction à l'actualité. Aucun ne partage une grande vision, avec son cœur ou ses tripes, avec charisme et style.

Les prises de paroles qui se suivent sont vidées

d'énergie et ne transmettent aucune exaltation, aucune fièvre à l'audience.

Nous devrions tous être capables, grâce à nos prises de parole passionnées, de vendre 200 000 exemplaires d'un livre ! Il ne s'agit pas ici de trouver quelques astuces de prise de parole pour parler avec fougue. Ce n'est pas en martelant un mot, en insérant des anaphores ou en variant le volume de sa voix qu'on devient un orateur électrisant. Ces techniques ne suffisent pas pour embarquer une audience massive et la faire vibrer.

Je suis convaincue que la parole mobilise profondément une audience si, et seulement si, **l'orateur est à l'aise avec ses émotions.**

Un orateur qui reconnaît et vit ses émotions au quotidien, pourra, quand il le souhaite, émouvoir ses interlocuteurs à travers ses prises de parole. Il sera capable d'éliminer, quand bon lui semble, la froideur et la distance qui s'immiscent trop souvent dans nos discours.

Attention, en aucun cas l'objectif est de délivrer des discours émotionnels ou chargés d'affects. L'objectif est de parler avec passion et de toucher son audience, quelle que soit la typologie de vos arguments (factuels, historiques, scientifiques, sociologiques, de droit...)

Alors, comment être à l'aise avec ses émotions ?

À travers mon expérience en coaching, j'ai observé ceci : un individu qui a systématiquement l'habitude de retenir ses émotions dans son quotidien, sera moins passionnant qu'une personne qui identifie, verbalise et extériorise ses émotions.

Je suis convaincue que vivre intensément ses émotions fait de nous de meilleurs orateurs.

C'est exactement comme au théâtre. Qu'il est difficile pour un comédien de jouer une émotion s'il ne s'y confronte jamais dans sa vie personnelle !

Pour travailler sur ses émotions, je vous propose un exercice. Il suffit d'achever cette phrase : « *Les émotions et moi c'est une histoire de...* ».

Voici deux questions pour vous aider : *est-ce que j'exprime mes émotions facilement dans mon quotidien ? Quelle est l'émotion que j'exprime le plus ?*

Enfin, pour préparer vos prochaines prises de parole, que vous souhaitez passionnantes, réalisez l'exercice que j'appelle *le chargement*.

- Une fois que vous avez réfléchi à votre idée principale, aux arguments et exemples, identifiez une émotion que vous désirez véhiculer dans votre discours. Prenons par exemple la *révolte*.
- Souvenez-vous ensuite d'une situation précise où vous vous êtes senti indigné, fâché, écoeuré, scandalisé. Cela peut être un souvenir qui remonte à votre enfance, adolescence ou encore un fait récent. Le seul fait de se remémorer ce souvenir convoque l'émotion passée.
- Une fois le souvenir et les sensations retrouvées (Avec qui étiez vous ? Où ? Comment aviez-vous réagi ?), repasser à votre discours.

Inconsciemment, vous voilà chargé de l'émotion. Prenez la parole, oubliez votre souvenir et concentrez-vous uniquement sur votre discours, vos arguments, vos exemples. Vous noterez que votre prise de parole sera plus incarnée, charismatique et sincère.

Au théâtre, avant d'attaquer un monologue sur la révolte, par exemple dans Antigone, un metteur en scène pourra faire travailler ses comédiens sur la colère. Pour jouer ce personnage révolté et éviter de jouer « faux », ou de calquer l'idée que nous nous faisons de la révolte, le metteur en scène poussera ses comédiens à aller puiser dans leurs propres émotions. L'objectif est de parler avec une colère qui sonne juste, qui nous appartient personnellement et qui touchera le public. C'est la méthode théorisée par Stanislavski, metteur en scène russe mondialement reconnu. Pour le Russe, il faut, sous nos yeux, créer et recréer la vie profonde d'un être humain.

Ainsi, comme Stanislavski, passons par une recherche de la sincérité avec nous-mêmes en nous remémorant des émotions. Pourquoi ne pas les exprimer davantage dans sa vie privée pour les extérioriser quand elles surgissent ?

N'oubliez pas : *émouvoir* a la même racine étymologique que *mobiliser* et *mettre en mouvement*. J'en suis convaincue, il n'y a pas de mobilisation sans récit qui nous émeut et qui nous passionne. Cette méthode à la sauce russe s'applique pour toutes vos prises de parole, qu'elles soient professionnelles, personnelles, face à une large audience ou encore quelques interlocuteurs. ●

Le syndrome de l'imposteur, une affaire de genre ?

Par **Sophie Laurenceau**

Hommes ou femmes, 70 % des actifs douteraient, à un moment de leur vie professionnelle, de leurs capacités et de leur légitimité à réaliser leur travail. C'est pourtant chez les femmes que le complexe d'imposture a été observé pour la première fois, et c'est chez elles qu'il se manifeste le plus souvent. Le syndrome de l'imposteur serait-il avant tout une posture féminine ?

En 1978, deux psychologues américaines, Pauline Rose Clance et Suzanne Ament Imes, publient dans la revue spécialisée *Psychotherapy* une étude qui fera date. Elles ont interrogé 150 femmes, des professionnelles titulaires d'un doctorat et respectées dans leur domaine, ou des étudiantes reconnues pour leur excellence académique. Malgré leurs diplômes et la reconnaissance professionnelle dont elles jouissent, ces femmes n'éprouvent pas de sentiment de réussite et se considèrent en majorité comme des *imposteurs*. Pour la première fois, le désormais célèbre *syndrome de l'imposteur* apparaît dans la littérature scientifique.

Qu'en est-il, plus de quarante ans après ? Rien n'a vraiment changé. Face à une même offre d'emploi, on considère qu'une femme attend d'avoir entre 80 %

et 100 % des compétences requises pour postuler quand un homme se contente de 50 % à 60 %. Les chiffres varient selon les études, mais l'écart demeure : les femmes ont toujours plus de mal à se sentir compétentes. Pourquoi souffrent-elles plus que les hommes du syndrome de l'imposteur ? Les raisons ne manquent pas.

Dans leur livre *Le Syndrome d'imposture, pourquoi les femmes manquent-elles tant de confiance en elles ?* (Les Arènes, 2020), la journaliste Elisabeth Cadoche et la psychothérapeute Anne de Montarlot rapportent une expérience frappante menée par la sociologue californienne Shelley Correll. Quand un garçon obtient une note correcte à une épreuve de maths, équivalente à 12/20, il y voit un succès de nature à valider son année. Avec la même note, une fille retiendra plus volontiers la confirmation qu'elle doit progresser en maths. Et si le premier rate son examen, cela sera la faute du prof ; pour la seconde, ce sera parce qu'elle n'est pas assez bonne.

Derrière ce paradoxe, une norme sociale implicite s'exprime : aux hommes les succès et le pouvoir, aux femmes la gestion laborieuse du quotidien. Lorsqu'une femme envisage de déroger à cette règle, cela ne se fait pas sans une dose de culpabilité. Au sentiment d'imposture peuvent s'ajouter la crainte d'être considérée comme la bénéficiaire d'une politique de quotas, la peur du qu'en-dira-t-on (« *Pour arriver à ce poste, elle a dû coucher !* »), ou encore le risque de mettre en péril l'équilibre familial.

Si la fracture des genres est bien réelle, elle est encore plus marquée chez les entrepreneurs-es. Comment ne pas se sentir illégitime, alors que 95 % des entrepreneurs-es cités-es par la presse sont des hommes ? Vous qui lisez Odyssées le savez bien : la réussite n'est pourtant pas une affaire de genre. D'ailleurs, quel est le féminin d'imposteur ? Il n'en existe pas. Cela donne matière à réfléchir. ●

Thomas souhaite se structurer et embaucher,

Mais il est restreint par sa micro-entreprise.

Bonne nouvelle,

Sobeez est spécialisé dans l'accompagnement des micro-entrepreneurs en croissance, qui souhaitent se transformer en société.

Choisissez la simplicité
dès **79€**/mois

Sobeez

L'expert comptable en ligne
qui garantit votre réussite
sobeez.fr

**"Ne laissez pas
le syndrome
de l'imposteur
réduire vos rêves.
Ne le laissez pas
rabaïsser
vos ambitions."**

**Valentina Terechkova
(1937)**

Par **Josiane Asmane** et illustration de **Lucie Barthe-Dejean**



Elle est la première. La seule et l'unique. En 1963, Valentina Terechkova est la première femme cosmonaute à effectuer un vol solitaire dans l'espace. Comment cette ouvrière russe a-t-elle réussi un exploit jamais inégalé ? Par son esprit entrepreneurial et sa force de caractère. C'est prouvé : croire en ses rêves élève (littéralement) jusqu'au ciel.

Se sentir pousser des ailes

« On n'est pas sérieux quand on a 17 ans », disait Rimbaud. À cet âge-là, Valentina Terechkova est pourtant très sérieuse : elle doit quitter l'école pour travailler à l'usine et subvenir aux besoins de sa famille. D'origine prolétaire, l'ouvrière en textiles vit et travaille dans la Russie communiste. Un jour, elle découvre un petit aérodrome à côté de chez elle et commence à se passionner pour le parachutisme. Elle entend parler d'un programme pour partir dans l'espace et se sent alors pousser des ailes.

Oser candidater

La jeune ouvrière de 18 ans décide de candidater à l'entraînement spatial coordonné par Youri Gagarine, le premier homme à avoir volé dans l'espace. Sélectionnée parmi 400 femmes, elle peut suivre ce programme hors du commun. Imaginez le courage qu'il faut pour candidater à un programme spatial ! Combien de fois elle a dû penser que cela ne sert à rien, qu'elle ne sera jamais prise, qu'elle ne sait même pas piloter d'avion, qu'elle n'a aucune chance... C'est à ce moment-là qu'il ne faut pas baisser les bras et s'accrocher. Faites comme Valentina : osez ! Il y a toujours une probabilité de réussir. Souvenez-vous du fameux slogan du Loto : 100 % des gagnants ont tenté leur chance... « Pourquoi pas moi ? » devrait être la question à se poser régulièrement.

Rêver haut, rêver grand

Valentina rêve de voler. Pour elle, rien n'est trop haut. Son rêve est plus grand que son *syndrome*

de l'imposteur et que les critiques extérieures. « Pour qui elle se prend ? », « La petite ouvrière de textiles rêve de conquérir l'espace, et puis quoi encore ? ». On connaît bien les remarques et jugements des autres. Ne laissez personne vous dire que vos rêves sont trop grands compte tenu de vos origines ou de vos capacités. Entreprendre, c'est faire quelque chose qui nous dépasse. C'est aussi fou que de vouloir voler dans l'espace. Ne laissez pas le syndrome de l'imposteur réduire vos rêves. Ne le laissez pas rabaisser vos ambitions. Valentina nous apprend à rêver grand. Rêver fort. Grâce à elle, la conquête spatiale est aussi une affaire de femmes.

**« À FORCE DE VOULOIR CÔTOYER
LE CIEL, VALENTINA TERECHKOVA
EST DEVENUE UNE ÉTOILE. »**

La première femme dans l'espace

Pendant sept mois, Valentina subit un entraînement intensif avec des vols en apesanteur, des tests en centrifugeuse, des isolements extrêmes pour tester sa résistance physique et psychique. Moins instruite et qualifiée que les autres candidates, elle ne compte pas moins de 90 sauts en parachute effectués dans un club de parachutistes amateurs. Grâce à sa persévérance et son mental d'acier, la jeune femme de 26 ans est finalement choisie pour effectuer son légendaire voyage autour de la Terre le 16 juin 1963. Quelle victoire ! Elle part 70 heures dans l'espace et réussit à faire 48 tours en orbite. *Sky is (not) the limit !*

Elle devient la plus jeune cosmonaute de l'histoire à réussir cet exploit et inspire de nombreuses femmes par la suite. Sa passion pour le parachutisme l'a conduite à l'aérospatial. Que se serait-il passé si elle n'avait pas essayé le saut en parachute dans le petit aérodrome près de chez elle ? Si elle n'avait pas tenté sa chance ? N'oubliez jamais d'essayer des chemins de traverse. Ils vous mèneront loin.

« ENTREPRENDRE, C'EST FAIRE QUELQUE CHOSE QUI NOUS DÉPASSE. C'EST AUSSI FOU QUE DE VOULOIR VOLER DANS L'ESPACE. »

Le chemin est semé d'embûches

Pour réussir son exploit, Valentina a rencontré de nombreuses difficultés. Les ennuis commencent dès le premier jour du vol : erreurs techniques, liaisons interrompues... « *Je dois dire que mon vaisseau spatial avait un défaut sur un système automatique. Pendant la phase de freinage, le vaisseau était orienté non pas pour la descente mais pour la montée. Son orbite remontait. Du coup, j'aurais pu ne pas revenir.* » raconte Valentina. L'entrepreneuriat est aussi périlleux qu'un vol dans l'espace. Le chemin est semé d'embûches et rien ne se passe comme prévu. Vous allez forcément rencontrer des obstacles. Ce ne sera pas de tout repos. Allez-vous abandonner pour autant ? L'aventure en vaut-elle la peine ? Une chose est sûre : à force de vouloir côtoyer le ciel, Valentina Terechkova est devenue une étoile. Surnommée *la mouette*, elle vole haut, très haut. Elle vole au-dessus des conventions et des normes. Valentina vole vers son exploit. Et y arrive.

Vous êtes légitime

Le syndrome de l'imposteur est lié à un problème de légitimité. On entend souvent les traditionnels « *Je ne me sens pas légitime* », « *J'ai peur que l'on découvre que je ne suis pas capable* », « *Je n'ai pas fait les études pour* ». Ces pensées bloquantes créent notre réalité. Or, l'histoire de Valentina Terechkova nous offre un très bon cas d'école en la matière. Une jeune ouvrière en textiles est-elle légitime pour piloter un avion de chasse ? A priori, non... Pourtant, Valentina n'est pas moins légitime qu'une autre. Elle a marqué

l'Histoire et a repoussé ses limites. Un cratère de la face cachée de la Lune porte d'ailleurs son nom, en hommage à son parcours hors du commun. Quelle classe ! La légitimité ne dépend pas du lieu d'où vous venez mais de là où vous allez. Elle repose sur votre capacité à apprendre, à acquérir les compétences nécessaires pour avancer et à créer de la valeur. Il n'existe pas de police de la légitimité. Personne ne va vous démasquer ! Vous n'avez rien à craindre mais tout à faire pour vous donner les moyens d'y arriver.

Formation et carrière politique

Forte de son succès, Valentina se lance dans une série de tournées dans le monde entier. Elle raconte son expérience à l'étranger et devient un symbole national. Elle reprend ses études et obtient en 1969 son diplôme d'ingénieur en aéronautique. Onze ans plus tard, elle décroche un doctorat en ingénierie aéronautique. Elle devient colonelle des forces aériennes soviétiques puis majeure-général de l'armée de l'air. Celle qui a quitté l'école à 17 ans se farde de diplômes avant de s'offrir une carrière en politique. Elle occupe des postes dans les plus importantes instances politiques du pays : elle devient députée à la Douma, vice-présidente de l'assemblée... Elle est membre de l'Assemblée législative du Soviet suprême de l'Union soviétique puis membre du Comité central du Parti communiste de l'Union soviétique. Pourquoi se lance-t-elle dans la politique ? Pour promouvoir la conquête spatiale, pardi ! Nouvelle vie, nouvelle carrière. Qui peut arrêter quelqu'un qui réalise ses rêves ?

Esprit de conquête

Peut-être que le récit de Valentina vous donne des ailes. Peut-être les avez-vous déjà. Dans tous les cas, ne vous laissez pas impressionner par ce que vous n'avez jamais vu. Valentina ne savait pas piloter un avion de chasse. Elle a appris. Combien de fois cette fille de paysans russes s'est-elle demandé si elle en était capable ? Combien de fois s'est-elle dit qu'elle n'y arriverait pas ? Rien ne la prédestinait alors à partir dans l'espace. Sa curiosité, sa passion et sa résilience l'ont menée au sommet. Grâce à son mental et son endurance, elle est devenue un symbole national. Comme elle, vous allez apprendre à maîtriser des compétences insoupçonnées. Elle inspire également par son esprit entrepreneurial : sa conquête de l'espace est aussi une conquête personnelle. Celle d'une jeune fille déscolarisée, qui peut enfin toucher les étoiles et voler dans le ciel.



Travailler sa légitimité

Le jour du décollage, Valentina Terechkova a dû être assaillie de doutes. Ses pensées ont-elles été bloquantes ? Non, elle a réussi à accomplir sa trajectoire, malgré les obstacles. Votre légitimité est en votre pouvoir. Se sentir légitime est une pensée que vous pouvez régulièrement travailler. Comme Valentina, vous avez les capacités d'agir sur votre état d'esprit. Lors de l'entraînement intensif qu'elle a reçu, Valentina récitait des poèmes d'Alexandre Pouchkine au cours des épreuves les plus difficiles. Une façon de garder un mental d'acier, et de rester poétique en toute circonstance.

Prêts-es pour sauter dans le vide ?

Que nous apprend l'histoire de Valentina ?
Qu'il ne faut jamais cesser d'explorer des terres

(et des cieux) inconnues. Que l'effort et le mérite finissent toujours par payer. Et qu'il n'y a aucun problème à s'envoyer en l'air une fois dans sa vie. Vous l'aurez compris, le parcours de Valentina Terechkova a beaucoup d'analogies avec l'entrepreneuriat. Il expose la résistance et le courage inhérents à l'aventure. Il rappelle les exploits que chaque entrepreneur-e peut réaliser. Entreprendre, c'est comme un saut en parachute : il faut accepter de se jeter dans le vide. « *Un entrepreneur est quelqu'un qui saute d'une falaise et qui construit un avion dans sa chute* », dit très justement Reid Hoffman, l'un des cofondateurs de *LinkedIn*. Alors je vous le demande : êtes-vous prêts-es à accepter de sauter dans le vide ? ●

Ces artistes qui ont souffert du syndrome de l'imposteur

Par **Maureen Damman** et illustration de **Lucie Barthe-Dejean**



L'art, c'est le doute ! Cet adage bien connu des artistes a encore de beaux jours devant lui. Entrepreneur parcourant les soubresauts de son imagination, l'artiste les travestit sur un support. Nombreux sont-ils à avoir choisi la voie de l'art pour se débarrasser, peut-être, d'un trop plein nourrissant le doute, l'impression de tricher, de ne pas être à sa place...

Focus sur ces artistes qui ont souffert du *syndrome de l'imposteur*.

Artiste-peintre française du XXe siècle, Louise Bourgeois est entre autres connue pour ses grandes araignées effrayantes et ses œuvres aux visions horribles faites de chair humaine. Mais elle fait aussi sensation pour ce personnage, symbiose parfaite entre le doute et l'anxiété que l'on caractériserait a posteriori de *syndrome de l'imposteur*.

Marie-Laure Bernadac, chargée d'art contemporain au Louvre écrit à son propos, qu'elle vécut sa vie d'artiste devenue icône, dans la tourmente. Autour d'elle valsent les doutes qui définissent son œuvre, surtout celui d'être démasquée, de tromper, de ne pas être à la hauteur ; en sublime alchimie avec un manque de confiance en soi inhérent, une souffrance profonde d'être celle qu'elle est. Louise a malgré tout réussi à matérialiser ses émotions, à les sculpter dans la matière, en transférant ses doutes de son propre corps à un autre qu'elle construisait. Cela lui permit aussi de se défaire de cette fragmentation d'une *personnalité constamment divisée*. Elle se définissait elle-même comme une *maison-vide*, ses œuvres d'art étant à la fois le moyen de s'habiter tout en nourrissant ce doute. Une pratique en demi-teinte donc, dont le nuancier s'étale via sa pseudo-imposture.

Elle est peut-être comme chaque artiste, en analogie à l'entrepreneuse, une femme-couteau, c'est-à-dire la sculptrice qui découpe, taille et peaufine, mais aussi celle que le doute et l'anxiété malmènent, que l'imposture cisaille. Malgré cela, l'œuvre de Louise Bourgeois transcende les époques et mouvements artistiques. Choissant d'être avec son *syndrome de l'imposteur*, elle sublima son œuvre.



« *Il y a un but, mais pas de chemin; ce que nous nommons chemin est hésitation...* », écrit cette fois, un artiste du verbe. Cet artiste, c'est Franz Kafka ! Si l'on avait écouté l'écrivain, il n'aurait jamais publié ses œuvres cathédrales, que sont *Le procès* ou *Le château*.

Névrotique, il décrit dans sa nouvelle *Métamorphose* les mésaventures de Gregor Samsa, un commercial qui se réveille transformé en un *monstrueux insecte* tout en ayant gardé conscience et intelligence humaine. Cet individu, mi-homme, mi-insecte, portait le masque du commercial épuisé, en quête de sens, et qui un beau matin, se révèle être *autre*. Où est le vrai visage de Gregor Samsa ici ? On ne saurait le dire, et libre reste l'interprétation. En tout cas, Kafka transfigure ici l'imposture de ce que l'on appelle aujourd'hui les *bullshit jobs*.

Malgré une réputation grandissante dans les milieux intellectuels, Kafka n'y croit pas, sème le doute, et va, malgré la notoriété sans appel de sa nouvelle, demander à son confrère Max Brod de brûler ses « *manuscrits, carnets, lettres, sans restriction et sans les avoir lus* ». Ambivalent, divisé comme Louise Bourgeois, il se considère *fait de littérature* et perçoit son œuvre comme de vulgaires *gribouillages*. Heureusement pour nous, lecteurs contemporains, ses manuscrits sont publiés et vendus aux enchères, et sa postérité rapidement déclarée. Un écrivain qui, comme tant d'autres, porte le fardeau, tel Sisyphe, du doute et du masque pesant lourd face à la confiance en soi.

« IL Y A UN BUT, MAIS PAS DE CHEMIN; CE QUE NOUS NOMMONS CHEMIN EST HÉSITATION... »

« *Mais le fait que ça continue de bien marcher me procure une forme d'inquiétude paradoxale. Comme un syndrome de l'imposteur qui rendrait aussi les choses plus compliquées à vivre.* », déclare Blanche Gardin.

Dans un autre registre, Blanche Gardin entre en scène. Cette actrice, comédienne et scénariste qui se fait connaître grâce au *Jamel Comedy Club*, a reçu

deux Molières en 2018 et 2019. Outre son syndrome de la page blanche, la comédienne a essayé celui de l'imposteur qu'elle évoque pourtant avec franche camaraderie. Le talent de Blanche, en effet, réside en ce qu'elle s'en nourrit pour ses spectacles. Elle réussit à le transfigurer en une touche tout à fait personnelle qui fait d'elle une actrice et humoriste unique, au timbre rauque et satirique.

Lors du tournage du film *Problemos*, Eric Judor décrit d'ailleurs l'humoriste comme « *un animal sauvage qui, en bonne comédienne habituée à jouer seule, ne se dompte pas, mais doit être mise en confiance* ». Angoissée à l'idée de ne pas faire naître le rire, elle aurait aussi besoin de se sentir aimée et appréciée par tous.

« FINALEMENT, NE FAUDRAIT-IL PAS SIMPLEMENT TRANSFORMER CE SYNDROME DE L'IMPOSTEUR, INHÉRENT À TOUT ENTREPRENANT, QUI, PARTANT DU RIEN FAIT LE TOUT, EN UNE FORCE CRÉATRICE ? »

Le succès l'aurait-il donc sauvé du *syndrome de l'imposteur* ? « *Point de vue existentiel, malheureusement non* » rétorque l'artiste, ne cessant pourtant de s'illustrer, nourrissant doutes et spectacles simultanément.

Finalement, ne faudrait-il pas simplement transformer ce syndrome de l'imposteur, inhérent à tout entrepreneur, qui, partant du rien fait le tout, en une force créatrice ?

Que dire encore d'Hemingway, dont la femme publia plus de 600 lettres après sa mort, contre son gré ? Ou encore de Monet qui, quant à lui, s'autosabotait en lacérant ses œuvres au couteau ? In fine, rares sont les créateurs qui ne nourrissent pas simultanément un syndrome de l'imposteur... Quoi de plus idoine en effet, lorsque l'on entreprend, de craindre de ne pas être celui que l'on croit ? Selon son ami Georges Clemenceau, le perfectionnisme de Monet « *était son pire critique* ». Soyons ainsi, non pas notre pire juge, mais le meilleur ! ●

Sous le Capot... d'une facilitatrice graphique

Analyse de l'activité d'Hélène Pouille par Milena Cobast et illustrations de Lucie Barthe-Dejean



Hélène Pouille

Facilitatrice graphique et fondatrice
de SketchNotes

Son entreprise

Hélène traduit en dessins ce qui compte pour ses clients. Elle utilise cet art comme outil puissant pour les fédérer autour de connaissances, d'idées, de concepts, et d'expériences. Elle accompagne des femmes et des hommes pour les aider à matérialiser et diffuser leurs idées, à la fois sur papier et en digital ; dans des contextes événementiels à travers différents formats de dessin en direct, et hors événements, à travers des infographies et des vidéos dessinées. Elle cherche toujours à produire un contenu adapté au cas par cas et prend un malin plaisir à rendre accessibles des champs d'expertise qu'on peut penser a priori lointains. Elle travaille pour des institutions, des entreprises et des associations de toute taille. Les thématiques qu'elle aborde sont variées, mais elle a un penchant pour les enjeux sociaux, sociétaux, écologiques et culturels.

Son site internet

www.sketchnotes.fr

Sa problématique

Comment Hélène a-t-elle quitté le confort du CDI en tant qu'ingénieure pour se lancer dans une aventure entrepreneuriale et artistique ?

Hélène fait partie de ces entrepreneurs qui ont rapidement fait le choix de se diriger vers la micro-entreprise très tôt dans leur vie professionnelle, sans passer des années à un poste qui ne lui parlait pas. Avec son diplôme d'ingénieur en poche, rien ne la destinait à se lancer dans ce projet encore méconnu qu'est la facilitation graphique.

Le grand écart semble incroyable : comment passe-t-on de l'ingénierie technique à des dessins permettant la conceptualisation visuelle et concrète de réunions, de projets ? Ou comme Hélène l'écrit très clairement sur son profil *LinkedIn* : « *mettre en images les informations au service de leur compréhension.* » C'est pourtant ce dont nous allons parler dans ce numéro : du choix d'Hélène, mais plus encore, de la réflexion qui la pousse à adopter un positionnement fort sur les réseaux, et comment ce positionnement s'insère dans une réflexion plus *marketing* aujourd'hui, afin que vous puissiez vous en inspirer dans votre projet.

Comment passer d'ingénieure à facilitatrice graphique ?

Comme beaucoup de personnes, Hélène s'est orientée vers sa passion. Mais avant de se projeter sur un potentiel projet de freelance, Hélène donne tout dans ses études. Cependant, elle se retrouve dans une situation que beaucoup de futurs bacheliers connaissent : l'orientation. Aucun domaine ne la passionne plus qu'un autre, comme beaucoup de jeunes, elle décide de se lancer dans des études d'ingénierie en management de l'innovation, afin de rester avec le maximum de portes ouvertes pour son orientation professionnelle.

Les années passent, mais toujours aucune vocation en vue. À côté de cela, pour l'aider dans ses révisions, Hélène met à profit ses talents en dessin pour faciliter ses fiches de révision et retenir plus facilement ce qu'elle apprend en cours. Ses *gribouillis*, comme elle les appelle, sont les prémices de ce qui deviendra bientôt son offre de facilitatrice graphique.

Alors qu'elle réalise son stage de fin d'études à Paris, deux branches suscitent son intérêt : l'Économie Sociale et Solidaire, ainsi que l'entrepreneuriat. Néanmoins, bien consciente qu'il n'est pas aisé

de trouver un emploi dans les ESS, elle poursuit son stage et ses dessins.

Le déclic a lieu en 2012. Alors qu'elle est membre d'une association, Hélène ose enfin montrer autour d'elle ce qu'elle réalise : ses dessins !

La jeune femme réalise qu'un réel besoin existe quand son association lui propose de poursuivre son travail avec un statut de micro-entreprise. C'est décidé, Hélène se lance dans l'aventure entrepreneuriale ! Objectif ? Tester pendant un an son offre et son *business model* en parallèle de son nouveau travail, afin d'être sereine financièrement. La journée, Hélène est cheffe de projet, le soir, elle est facilitatrice graphique pour deux ou trois clients.



Le saut dans le freelancing et le réflexe de la résilience

C'est en septembre 2013 que la jeune femme se lance en tant que freelance à temps plein, avec ce qu'elle appelle ses *sketchnotes* (vient de l'anglais *note en croquis*, il s'agit de notes dessinées). Son offre est claire :

- Réaliser des résumés dessinés pendant des événements.
- Réaliser de l'infographie (mettre des informations en images, afin d'aider à la visualisation).
- Réaliser des vidéos très simples grâce à ses dessins pour faciliter la transmission de messages.

Malheureusement, la COVID-19 a mis un coup d'arrêt aux événements où elle intervenait.

Nous avons déjà parlé de la résilience à de multiples reprises dans ce magazine, aussi je ne vais pas m'y attarder. Mais encore une fois, une résilience accrue peut sauver bien des projets.

Car Hélène se consacre à d'autres éléments de son activité malgré la crise, notamment son contenu, et son positionnement.

En effet, pendant plusieurs années, Hélène ne s'était pas réellement interrogée sur le positionnement qu'elle souhaitait adopter avec son projet.

Pourtant, elle repère bien un fil conducteur au fur et à mesure qu'elle rencontre des clients.

En prenant le temps de développer ses contenus (un blog de lecture par exemple), elle décide de s'affirmer davantage sur les réseaux sociaux : il est temps de développer sa visibilité à travers son opinion.

C'est une réflexion importante à mener : en tant qu'indépendant, l'une des principales libertés est de pouvoir choisir avec qui vous souhaitez travailler. C'est ce qui fait toute la différence entre un indépendant et un salarié. Cette liberté permet de rester aligné avec des valeurs et des visions qui vous sont chères.

Le risque, lorsqu'on débute une activité (en tant que freelance, ou en tant qu'entreprise) est de vouloir accepter tous les types de clients. Certes, vous avez travaillé sur vos clients cibles, vous avez mesuré votre offre grâce à cette étude de marché, vous êtes positionné sur les réseaux qu'ils utilisent, mais vous avez toujours cette crainte de *refuser un client*. Après tout, cela vous permet d'augmenter votre chiffre d'affaires, c'est une opportunité qu'il n'est pas toujours facile de refuser. Pourtant, il faut être très prudent.



En effet, tout le travail que vous avez accompli sur le *persona* n'a pas pour seul but de vous assurer une bonne visibilité et de proposer la bonne offre aux bonnes personnes. Il s'agit aussi d'avoir des clients qualifiés, avec qui vous aimeriez travailler car vous partagez des valeurs communes. Le risque que vous pouvez rencontrer, est de vous retrouver nez à nez avec votre *anti-persona*. Dans cette situation, la mission a tous les risques de ne pas bien se passer. Chez *LiveMentor*, à l'époque où le *business model* de l'entreprise était bien différent de l'accompagnement auprès des entrepreneurs, il nous est arrivés plus d'une fois de faire face à un *anti-persona*. Nous sommes en 2015, et *LiveMentor* est une place de marché mettant en relation des professeurs et des élèves pour réaliser des cours particuliers. Notre *anti-persona* était une mère de famille pour qui la réussite de son enfant passait au-delà de son bien-être, et pour qui rien n'était assez bien pour lui. Pourquoi était-ce un *anti-persona* ? Parce qu'elle revenait sans cesse vers nous, jamais contente des échanges, à en demander toujours plus car rien n'était suffisamment parfait.

Un *anti-persona* peut vous faire perdre beaucoup de temps, car il va vous falloir échanger à de nombreuses reprises avec lui afin de trouver des solutions très personnalisées pour le contenter, mais il peut aussi vous sursolliciter, car il a beaucoup de questions, puisqu'il ne se retrouve pas totalement dans ce que vous proposez.

N'oubliez pas que votre *persona* et votre positionnement vous permettent :

- de connaître les besoins de votre client-type et ainsi créer votre offre.
- de vous positionner sur les bons canaux de communication.
- mais aussi de travailler avec des clients avec qui vous allez pouvoir construire une belle relation.



Qu'est-ce qu'un bon positionnement? Et quel impact peut-il avoir sur le nombre de ventes?

Un bon positionnement ne se mesure pas uniquement à la connaissance de votre *persona* : le positionnement est un tout global qui regroupe plusieurs points :

- **La connaissance de vos expertises** : en quoi êtes-vous bon ? Quelles expertises pouvez-vous mettre en avant et vendre, ou mettre à profit pour le développement d'un projet ?
- **La connaissance de votre client cible** : le fameux *persona* avec ses doutes, ses besoins, ses questions, ses émotions, ses habitudes.
- **La connaissance de vos concurrents** : que proposent-ils ? Quelles sont leurs plus-values ? Et déterminer quelle sera la vôtre en conséquence. Vos concurrents vous aident aussi à vous inspirer en trouvant de nouvelles idées, ou au contraire en refusant de vous lancer sur la même pente.
- **Et votre manière de communiquer** : quel ton adopter ? Est-ce que ma cible connaît le jargon de mon domaine ?

La ligne éditoriale est un bon outil stratégique pour connaître les sujets sur lesquels vous allez vous exprimer, sur quels supports les publier, quand publier, et quel ton adopter. Néanmoins, un aspect est souvent négligé : votre prise de position.

Donner son avis n'est pas quelque chose d'inné pour la plupart des personnes, d'autant plus sur les réseaux sociaux et plus largement internet. Tout le monde peut venir nous juger, nous dévaloriser. Les exemples de commentaires virulents ne manquent pas, et soyons honnêtes, personne n'a envie d'en recevoir.

Pourtant, accepter de se positionner sur une vision, c'est accepter de la porter. Non, ce n'est pas simple de s'affirmer aux yeux de tous, mais l'impact de ce que vous pensez et de ce que vous dites a bien plus de retombées que de rester silencieux :

- Vous vous rendez visibles sur des posts que vous n'avez pas créés. Ainsi, d'autres personnes avec qui vous n'êtes pas en contact voient votre opinion (je pense notamment au système de *LinkedIn*).
- Vous défendez vos idées, c'est-à-dire que vous ne craignez pas d'afficher des valeurs et une vision claire.
- Vous donnez l'opportunité à des personnes qui partagent votre avis de vous suivre : ils peuvent devenir de futurs clients, ou de futurs partenaires.
- Etc.

Vous l'aurez compris, faire entendre votre opinion est un moyen efficace de développer votre visibilité et votre réseau.

Et c'est tout le travail de développement de son positionnement qui a passionné Hélène pendant quelque temps.

C'est aujourd'hui ce qui définit son client cible et les projets qu'elle souhaite accompagner : des projets avec un impact, avec des valeurs humaines fortes autour de questions sociétales, qui amènent souvent à débat :

- Violences conjugales
- Égalité homme-femme
- Discrimination
- Et bien d'autres

En outre, elle montre son engagement directement sur ses réseaux, et notamment *LinkedIn*, sur lequel elle n'hésite pas, dans ses contenus, à inscrire directement ses engagements.

Oui, ses messages peuvent en contrarier plus d'un, mais grâce à sa prise de position, Hélène travaille sur des projets dans lesquels elle se reconnaît, et sur lesquels elle ne « râle » pas. Car c'est un élément déterminant pour accepter un projet : « *Je me projette sur le projet, et si je me vois râler, c'est non* ».

Maintenant, comment *exploiter* au maximum votre positionnement au-delà de la définition de votre projet ?

Avant de revenir sur ce point, j'aimerais développer la notion de *tunnel de vente* ou *funnel de vente*, que vous connaissez sûrement.

Pour reprendre la définition que *LiveMentor* a sur son blog, un tunnel de vente « *est le parcours que vous créez pour guider vos prospects. C'est le chemin idéal que vous voulez qu'ils empruntent afin de leur donner les bonnes informations et les bonnes impressions jusqu'à l'achat.* » Pour reformuler, il s'agit du chemin que votre prospect va emprunter et que vous aurez créé, afin de provoquer à la fin un achat.

Même si chaque parcours, chaque tunnel dépend de votre offre, de votre *persona*, tous les tunnels possèdent une structure, une série d'étapes communes :

- **Trouver des prospects.** En anglais, *awareness*, la prise de conscience par vos prospects que votre offre existe.
- **Susciter l'intérêt de ces prospects.** *Attention* ou *Attitude*, vos prospects sont rassurés et ont de l'attrait pour ce que vous proposez.
- **Et leur vendre votre offre, ou l'action,** c'est-à-dire, l'achat.

Vous trouverez sûrement des étapes intermédiaires ou supplémentaires à ces trois étapes, mais le plus souvent, il s'agit de deux notions qui peuvent être réunies dans une seule étape, ou pour aller plus loin que la vente. Un autre schéma classique que nous retrouvons (et dont on peut retrouver les parties sous d'autres noms) :

- La **visibilité** (pour que le prospect apprenne à nous connaître).
- Le **désir**/considération du prospect.
- L'**achat** (appelé la plupart du temps *conversion*)
- Et enfin, la **fidélisation** pour aller plus loin, et créer une relation de confiance et à long terme avec votre client. Un client qui opère un nouvel achat coûte moins cher que l'acquisition d'un nouveau client, mais c'est un tout autre sujet.



Une fois que vous avez ce modèle bien en tête, il est essentiel que vous testiez plusieurs tunnels de vente afin de voir lequel parmi eux fonctionne le mieux. Le marketing digital n'est pas une science exacte, la meilleure habitude à adopter est de mener régulièrement des tests afin de savoir ce qui marche et ce qui ne marche pas.

Un bon tunnel de vente est celui qui vous permettra de réaliser des ventes auprès de clients qualifiés (les *leads* qualifiés, dans le jargon commercial), réduisant votre coût d'acquisition : plus un lead vous coûte *cher*, moins votre marge est importante.

Il existe deux possibilités pour faire connaître son activité auprès des prospects :

- l'acquisition gratuite
- et l'acquisition payante.

Tout comme il existe deux types de tunnels :

- Le **tunnel intentionnel** : votre prospect va intentionnellement rechercher de l'information sur votre produit ou votre service. Par exemple, il ou elle écrit une requête sur un moteur de recherche. C'est le prospect qui fait la démarche de se renseigner. Un des enjeux de ce type de tunnel de vente est de conforter l'intention du prospect auprès de votre offre.
- Le **tunnel non intentionnel** : votre prospect n'est pas nécessairement à la recherche d'une solution pour un problème précis. Il reçoit cependant régulièrement des contenus, telles des piqûres de rappel, de la part d'entreprises qui s'efforcent de démontrer leur expertise dans un domaine. Le prospect, qui n'avait pas l'intention d'acheter quoi que ce soit au départ, est conquis par l'expertise, ou le professionnalisme d'un produit ou d'un service, et procède à l'achat. L'exemple qui l'illustre le mieux est la fameuse newsletter de telle ou telle société que vous recevez à un rythme plus ou moins soutenu dans votre boîte mail.

Je vais m'intéresser plus particulièrement au tunnel non intentionnel avec de l'acquisition gratuite, grâce à Hélène, qui a la chance aujourd'hui d'obtenir des missions par ce biais. Il est donc tout à fait possible de créer des tunnels de vente, sans avoir à dépenser un centime dans de la publicité *Facebook* par exemple, ou du référencement payant sur *Google* (SEA).

Aujourd'hui, Hélène se concentre avant tout sur son positionnement, afin de développer une notoriété et des valeurs, qui permettent

à son *persona* (mais aussi son *anti-persona*), de l'identifier. Grâce à ses posts, et à ses engagements, elle fait parler d'elle. Nous sommes dans la première phase de son tunnel de vente : faire entendre sa voix pour que les prospects sachent qu'elle existe, c'est : l'*awareness*. Mais c'est sur la phase d'*attention* que tout son travail porte ses fruits : qu'il s'agisse de ses engagements auprès des causes à fortes valeurs humaines qu'elle incarne à travers des posts, des commentaires et/ou des articles, ou bien à travers son compte *Instagram* qu'elle expérimente telle une aire de jeux, tous ses contenus viennent renforcer un élément essentiel : son expertise et par extension, sa crédibilité. L'*attention* est ce qui peut être le plus difficile à travailler dans un tunnel de vente. À l'heure où internet permet à chacun de se créer facilement une visibilité, une question se pose : comment donner suffisamment envie à mon prospect de rejoindre mon aventure, d'acheter mon produit ou mon service, mais pas celui de mon concurrent ?

Certes, nous en revenons encore une fois à la question du *persona*, mais le connaître ne résout pas toutes les problématiques, y compris la différenciation et la visibilité par rapport à la concurrence. Le *persona* est une base de travail, à vous de l'exploiter. Et c'est grâce à cette base que vous serez en mesure de réfléchir à des étapes nécessaires pour susciter l'attention et l'intérêt de votre cible, en vous rapportant aux questions que votre *persona* se pose, aux difficultés qu'il ou elle rencontre, et bien plus encore.

Hélène vise des projets engagés, ses contenus attirent l'attention de sa cible car ils sont eux-mêmes engagés sur des questions de société très fortes. Sa cible sait qu'elle peut lui confier son projet à impact social, car elle démontre à travers ses contenus, ses engagements, les valeurs communes qu'elle partage avec sa cible. Ainsi, celle-ci ne craint pas que son message soit déformé, et c'est un élément capital dans le choix d'un prestataire en facilitation graphique : l'offre consiste à rendre visuel une idée, un concept, un événement, qui est par définition intangible. Il est primordial que le projet soit parfaitement saisi par le freelance pour qu'il soit correctement retranscrit. Une fois rassurés, les prospects contactent Hélène, car ils savent qu'elle va pouvoir répondre à leur besoin.

Vous voyez donc qu'il n'est pas nécessaire d'investir systématiquement dans de la pub pour acquérir des leads et se faire connaître. Consolidez votre offre et votre positionnement avant tout, car vous aurez beaucoup à y gagner : à commencer de la visibilité et de la légitimité. ●

Quatre contes d'un posteur

The title 'Quatre contes d'un posteur' is rendered in a large, bold, black sans-serif font. The text is decorated with several colorful illustrations. A bowl of orange noodles with green chopsticks is positioned to the left of the 'Q'. A green plant with large leaves and pink flowers is behind the 're'. A sword with a green blade and a blue hilt, wrapped in an orange ribbon, is placed over the 'tes'. A pile of purple, orange, and green gemstones is located below the 'un'. A blue balance scale is positioned to the left of the 'po'. A green teapot is placed to the right of the 'te'. The background is white.

Par **Ian Benedict** et illustration de **Lucie Barthe-Dejean**

Une fois n'est pas coutume, j'ai l'honneur d'être interviewé dans ce numéro pour parler d'un thème qui ne m'est que trop familier : le syndrome de l'imposteur. Alors pour l'occasion, je me suis dit qu'il serait intéressant de commencer par passer en revue la typologie des manifestations du *syndrome de l'imposteur*, avant de vous proposer exceptionnellement un petit jeu.

Les psychologues Pauline Clance et Suzanne Imes ont relevé quatre types de comportements, en réaction au sentiment d'imposture :

- Le **premier** consiste à travailler avec acharnement, sans relâche, pour combler un sentiment d'infériorité vis-à-vis de ses pairs, par crainte d'être découvert·e comme escroc.
- Le **second** consiste à revêtir un masque social à travers lequel on se fait ventriloque de ce que l'on présume être les pensées de nos supérieurs ou de nos collègues. Ainsi, on se protège contre toute critique, en se montrant affable et concordant.
- Le **troisième**, proche du second, est un autre masque social, qui cette fois va servir à charmer et entrer dans le cœur des gens pour s'attirer leur confiance et leur soutien, tout en niant ensuite le crédit de ses réussites, que l'on attribue à son charme seulement.
- Le **quatrième**, enfin, consiste à appliquer à la lettre l'adage *pour vivre heureux, vivons cachés* : en faisant preuve d'un excès de modestie, on cherche à ne jamais attirer l'attention sur soi, meilleur moyen de ne pas s'attirer la suspicion ou la jalousie, et les mises en causes, conflits et confrontations qui peuvent en découler.

Maintenant, le petit jeu : je suis allé glaner quatre contes dans lesquels j'ai cru trouver un écho lointain à chacun de ces profils. Je vous laisse donc le soin de rattacher chacune de ces histoires à son type de *syndrome de l'imposteur* !

Le maître de thé et le samouraï sans maître



« **TRAVAILLER AVEC ACHARNEMENT, SANS RELÂCHE, POUR COMBLER UN SENTIMENT D'INFÉRIORITÉ VIS-À-VIS DE SES PAIRS, PAR CRAINTE D'ÊTRE DÉCOUVERT·E COMME ESCROC. »**

Notre premier conte¹ nous emmène au Japon, à l'époque où Tokyo s'appelait encore Edo :

Un seigneur avait été convié à la cour du Shogun, et pour tenter d'impressionner celui qui régnait sur le pays, il décida d'emmener avec lui son maître de thé, réputé pour son excellence.

Ce dernier était heureux de pouvoir enfin se rendre dans la capitale, cependant il fut vite déçu : on ne lui laissait pas une minute de répit à la Cour. Il enchaînait les cérémonies du thé, et commençait à craindre de devoir rentrer dans sa province sans avoir pu flâner une seule fois dans les rues effervescentes d'Edo.

Une occasion se présenta enfin : son seigneur lui donna congé pour l'après-midi. Mais lorsqu'il apprit le dessein de son vassal, le seigneur se montra inquiet, car à cette époque, les rues d'Edo étaient malfamées. Des samouraïs sans maître s'en prenaient aux roturiers pour un oui ou pour un non, jouissant d'un pouvoir de vie ou de mort sur eux.

¹ D'après les *Contes et récits des arts martiaux*, Pascal Fauliot, Albin Michel, 1989.

Il fut donc convenu que le maître de thé recevrait un habit de samouraï, ainsi que les deux sabres que les guerriers avaient coutume de porter. Ainsi, il courait moins le risque de se faire importuner. Notre maître de thé flânait donc joyeusement dans les rues de la capitale, ne boudant pas son plaisir de voir les gens s'écarter respectueusement sur son passage, et cherchant par tous les moyens à ne pas attirer l'attention sur lui.

Cependant, un ronin, l'un de ces samouraïs sans maître, avait remarqué que quelque chose clochait chez ce drôle de personnage. Flairant une occasion de se faire un nom en tuant le samouraï d'un clan réputé – ou au pire, peut-être une belle somme – il décida de le tester en profitant de sa distraction pour le bousculer.

Le maître de thé qui n'avait rien vu venir, se confondit en excuses, et le ronin voyant son intuition confirmée, décida de ne pas lâcher sa proie. Il exigea de laver son honneur dans le sang, et provoqua l'insolent en duel sur-le-champ !

Désarmé par cette tournure inattendue, notre pauvre maître de thé ne savait que faire : s'il avouait qu'il n'était pas vraiment samouraï, il déshonorerait son clan. S'il tentait de se battre, il couvrirait de ridicule son seigneur.

Il se souvint alors qu'il avait dépassé une école de sabre. S'il pouvait apprendre quelques rudiments de maniement du katana, alors il pourrait peut-être mourir en gardant l'honneur de son clan sauf. Invoquant le code d'honneur des samouraïs, il expliqua au ronin qu'il était en mission pour son seigneur, et ne pouvait donc accepter son duel avant d'avoir accompli sa tâche.

Le ronin accepta et lui donna rendez-vous sur l'un des ponts de la ville à l'heure du chien, menaçant de salir le nom de son clan s'il songeait à prendre la poudre d'escampette. Il se doutait bien que le petit samouraï lui mentait, mais imaginait que ce dernier tenterait de réunir une ronde somme pour clore l'incident.

Se précipitant dans l'école de sabre, le maître de thé expliqua sa situation au vieux maître. Ce dernier éclata de rire : il avait l'habitude qu'on vienne quémander son enseignement pour apprendre à ôter la vie de samouraïs, mais c'était bien la première fois que quelqu'un venait lui demander d'apprendre à mourir en samouraï !

Le vieux maître de sabre demanda à son drôle d'élève s'il accepterait de lui faire une cérémonie du thé, puisqu'il était maître dans cet art. Ce dernier ne se fit pas prier, comprenant bien qu'il s'agissait sans doute de sa toute dernière occasion de pratiquer sa passion.

Comme si, d'un coup, il avait tout oublié de sa fin prochaine, il prépara le thé avec calme et le servit en étant totalement absorbé par la cérémonie, exécutant chaque geste avec une profondeur sacrée.

Le vieux maître de sabre fut subjugué par sa maîtrise ! Une fois la cérémonie achevée, il voulut rassurer son improbable élève : il avait suffisamment de concentration pour mourir d'une façon tout à fait honorable. Il ajouta quelques conseils techniques :

Lorsqu'il se trouverait face à son adversaire, il lui suffirait de faire comme s'il s'apprêtait à servir du thé à un ami. Il n'aurait qu'à lever le sabre au-dessus de sa tête, fermer les yeux en se concentrant au maximum, et attendre le cri d'attaque de son adversaire pour frapper de toutes ses forces. Avec de la chance, il emporterait peut-être le ronin avec lui dans la tombe !

Prenant congé de son éphémère professeur, le maître de thé se rendit sur le pont où devait avoir lieu le duel. Le ronin l'attendait avec un sourire narquois, rassuré de voir qu'il était venu seul contrairement à ce qu'il craignait.

Le maître de thé respecta à la lettre les conseils du vieux maître de sabre : katana au-dessus de sa tête, yeux fermés, concentration maximale, comme s'il s'apprêtait à servir le thé... Il n'attendait plus que le cri fatidique, résolument prêt à mourir, déterminé à accomplir sa dernière action de tout son être...



... Et il attendit ainsi, durant de longues minutes, qui lui parurent être des heures ! Jusqu'à ce qu'il se risque finalement à entrouvrir une paupière : il n'y avait personne en face de lui.

La silhouette du ronin s'éloignait déjà. Ce dernier n'avait pas réussi à trouver la moindre faille dans la garde de ce samouraï, bien plus redoutable qu'il ne l'avait estimé. Alors il avait fini par prendre ses jambes à son cou, bien content d'avoir sauvé sa peau !

La caravane du vagabond



**« REVÊTIR UN MASQUE SOCIAL
À TRAVERS LEQUEL ON SE FAIT
VENTRILOQUE DE CE QUE L'ON
PRÉSUME ÊTRE LES PENSÉES
DE NOS SUPÉRIEURS
OU DE NOS COLLÈGUES. »**

À présent, un autre conte² qui nous amène cette fois à Bagdad, à l'époque où régnait encore un calife :

Un vagabond venait d'arriver en ville. Nul ne savait qui il était, ni d'où il venait. Alors qu'il errait sans but dans les rues de la capitale, les passants étaient de plus en plus intrigués par cet étranger en haillons. Certains commencèrent à l'invectiver, d'autres allèrent même jusqu'à l'empoigner, craignant de sa part quelque mauvais dessein.

Un marchand du coin fendit la foule, demandant avec colère où était passé le sens de l'hospitalité de ses concitoyens. Il invita l'étranger à prendre un thé à la menthe dans sa boutique. Il lui expliqua alors que lui aussi avait débarqué dans cette ville sans le moindre sou, des années auparavant.

Il avait alors prétendu être un homme fortuné revenant de la lointaine Chine, et attendre une caravane

qui transportait de précieuses marchandises d'Extrême-Orient. Sur la foi de cette histoire, il s'était vu prêter une belle somme d'argent, qu'il avait su intelligemment faire fructifier jusqu'à pouvoir s'installer à son compte tout en remboursant ses dettes.

Le marchand offrit un beau vêtement au vagabond, et l'encouragea à utiliser le même stratagème. Le vagabond remercia de tout son cœur cette belle âme et prit congé. Très vite, les notables de la ville lui ouvrirent leurs portes : il faut dire que notre vagabond avait l'imagination plus vagabonde encore.

Aussi, lorsqu'il décrivait sa caravane en route vers Bagdad, il la chargeait de somptueux trésors, d'étoffes aux textures divines, de bijoux dont l'éclat n'avait encore jamais été vu dans leurs contrées.

Il se vit rapidement prêter de belles sommes d'or, qu'il s'empressa de distribuer aux plus pauvres de la capitale, ne supportant pas la misère. Ses actions de charité ne firent que renforcer sa renommée : il devait être l'une des personnes les plus riches du monde, pour se permettre de dilapider des fortunes en un clin d'œil sans ciller !

Les échos de ces hauts faits parvinrent jusqu'aux oreilles du calife, qui voulut rencontrer ce personnage qui mettait la ville en émoi. Notre vagabond fut donc reçu au palais, en habits somptueux. Le calife, voulant tester l'expertise de ce riche marchand dont la marchandise n'était toujours pas arrivée, fit amener ses plus beaux bijoux pour lui demander son avis.

Mais le vagabond, n'y connaissant rien en pierres précieuses, haussa les épaules devant les trésors du calife, avant de lui dire non sans respect que toutes ces jolies pierres n'étaient que de la caillasse comparées aux merveilles qu'il ramenait dans sa caravane. Le calife n'en croyait pas ses oreilles ! Cet homme était sans nul doute le plus riche sur Terre ! Il le lui fallait comme gendre !

Le vagabond avait beau être rêveur, il n'était pas fou : il avait emprunté sans compter, n'avait pas fait fructifier le moindre centime, tôt ou tard il finirait par être découvert. Alors pour ne pas alourdir l'addition, il ne pouvait résolument pas accepter la main de la princesse...

Il prétextait que le mariage ne pourrait avoir lieu tant que sa caravane ne serait pas arrivée. Mais le calife,

y voyant une énième preuve de sa probité, lui ordonna sur-le-champ d'accepter le mariage.

Et les noces eurent lieu en grande pompe, pendant près d'un mois ! Le calife puisa dans les réserves du royaume sans compter. Tous les citoyens, jusqu'aux mendiants, furent conviés au festin.

Mais lorsque arriva la nuit de noces et que notre vagabond se trouva seul avec la princesse, il ne put se résoudre à continuer ainsi : il avoua tout à son épouse ! Cette dernière, davantage charmée par la générosité de son époux que par ses grands discours de richesse, voulut lui sauver la vie. Elle lui donna une bourse d'argent, et l'encouragea à prendre la fuite avant que sa supercherie ne soit découverte. Elle promit de le rejoindre dès qu'elle le pourrait.

Le vagabond partit comme un fugitif en pleine nuit. Lorsque le calife s'étonna de son absence le lendemain, la princesse expliqua que des brigands avaient attaqué sa caravane, et qu'il avait mis un point d'honneur à aller défendre ses gens, pour assurer lui-même la sécurité du convoi jusqu'à Bagdad. « *Décidément, voilà un homme admirable !* » s'écria le calife.

De son côté, le vagabond erra sur les chemins, assoiffé, épuisé, jusqu'à ce qu'il tombe sur un champ qu'un pauvre paysan labourait. Le paysan prit le vagabond en pitié, et proposa de lui offrir une collation. Le vagabond ne put refuser, mais tandis que son bienfaiteur retournait jusqu'à sa petite cabane qui jouxtait le champ, il décida de labourer un sillon pour le remercier.

Saisissant la bêche avec difficulté, il s'employa du mieux qu'il put à creuser le sillon, tout en demandant

pardon en son for intérieur à toutes les personnes qu'il avait flouées.

Soudain, la bêche buta contre un gros caillou à moitié enterré. Le vagabond extirpa le caillou, et découvrit un trou béant qui s'enfonçait profondément dans la terre. Il s'aventura dans le trou, et bientôt se retrouva dans une salle somptueuse, remplie de monceaux de trésors.

Au milieu de toutes ces merveilles, le vagabond sentit son regard attiré par une petite boîte qui ne payait pas de mine. Il l'ouvrit, et y trouva un vieil anneau sur lequel d'anciens motifs étaient gravés. Il enfila l'anneau à son doigt, lorsque soudain... Une fumée jaillit, et dans cette fumée, un Djinn apparut, lui annonçant qu'il le servirait dorénavant comme son maître.

Ni une, ni deux, notre vagabond ordonna au Djinn de sortir tous ces trésors à l'air libre ! Il voulut en offrir la moitié au paysan, mais ce dernier ne voulut rien d'autre que suffisamment de sacs de grains pour le restant de ses jours, ce qui lui fut accordé.

Alors, le vagabond ordonna au génie de faire apparaître suffisamment de bêtes pour porter tous ces trésors.

Notre vagabond prit la tête de la plus incroyable caravane jamais vue, et fit un retour triomphant à Bagdad où il put enfin cesser d'être un vagabond et devenir... un prince !





Le meilleur des guerriers

**« CHARMER ET ENTRER
DANS LE CŒUR DES GENS
POUR S'ATTIRER LEUR CONFIANCE
ET LEUR SOUTIEN, TOUT EN NIAANT
ENSUITE LE CRÉDIT DE SES RÉUSSITES
QUE L'ON ATTRIBUE
À SON CHARME SEULEMENT. »**

Partons avec un nouveau conte³ dans un autre espace et un autre temps, en Amérique centrale, à l'apogée de l'empire Maya :

Le plus fort des guerriers mayas se trouvait face à la grotte que l'enfant lui avait indiquée, au beau milieu de la jungle. Là, le petit inconscient avait affirmé que se trouvait le meilleur des guerriers.

Piqué dans son orgueil, le guerrier Maya rugit face à l'obscurité de la grotte, intimant à celui qui prétendait être le meilleur combattant de venir se mesurer à lui.

C'est alors qu'une silhouette se détacha dans la pénombre, bientôt une vieille apparut, avançant en s'appuyant sur une canne. À sa vue, le guerrier Maya pesta d'abord contre l'enfant qui s'était bien moqué de lui. Mais contre toute attente, la vieille lui affirma qu'il se trouvait au bon endroit : elle était la meilleure parmi tous les guerriers.

Le guerrier Maya éclata d'un rire méprisant, et il dit à la vieille qu'elle avait de la chance qu'il ne la tue pas sur-le-champ. Mais le rire de la vieille surpassa le sien ! S'il la tuait, il serait un assassin pour sûr, mais un guerrier... Était-il sûr d'en être vraiment un, sans tout son attirail ?

Elle le mit au défi pour qu'il prouve sa valeur, lui qui avait l'habitude de vivre dans le confort de sa cité : saurait-il survivre une année entière ici, dans la jungle, seul avec les serpents et les bêtes sauvages ?

Le guerrier Maya, ne supportant pas que l'on doute de ses capacités, accepta le défi. Il trouva une grotte, apprit à faire du feu, à se fabriquer ses propres armes pour chasser. Il apprit la patience, lorsqu'il manquait un nombre incalculable de fois sa cible. Il apprit à observer les animaux qui l'entouraient, pour utiliser leurs stratégies de survie.

Au bout d'un an, il revint devant la grotte, vêtu d'un simple pagne de feuilles tressées, et retrouva la vieille femme. Cette dernière le complimenta : il avait progressé sur la voie du guerrier, et avait appris à chasser les animaux de la jungle. Mais serait-il capable à présent d'apprendre à chasser le savoir que la nature tout autour lui mettait à disposition ? La vieille lui donna rendez-vous un an plus tard, le guerrier Maya accepta ce nouveau défi.

Le revoilà qui s'enfonçait dans l'épaisse jungle. Cette fois, il apprit à observer les éléments qui l'entouraient : le vent, l'eau, le feu, la terre. Il observa les plantes, apprit à les distinguer, à les utiliser. Il observa les étoiles, et apprit à se situer. Finalement, l'année s'acheva et notre guerrier se surprit à retirer plus de fierté de tout ce qu'il avait appris que de ses faits d'armes passés.

Devant la grotte, la vieille le félicita : il était à présent un guerrier instruit. Cependant, elle remarqua que son arrogance ne l'avait pas quittée. Serait-il prêt à relever un nouveau défi ? Cette fois-ci, saurait-il se chasser lui-même, en sondant les profondeurs de son âme pour comprendre qui il était réellement, et quel était le but de son existence sur Terre ?

Sans dire un mot, le guerrier tourna les talons et retourna dans cette jungle qu'il avait appris à aimer. Il apprit à méditer : sur son passé, sur son présent. Il apprit à s'observer : traquer ses pensées jusqu'à leur tanière, pister ses émotions pour voir où elles le menaient.

Petit à petit, il découvrit toutes les causes qui l'avaient poussé à vouloir s'affirmer au monde comme un guerrier puissant et redoutable. Il revit les visages de toutes les personnes dont il avait ôté la vie. Il leur demanda pardon.

Au bout d'un an, il n'en pouvait plus de devoir attendre le moment où il pourrait serrer dans ses bras

³ D'après les *Contes des sages du soleil*, Patrick Fischmann, Seuil, 2012.

cette drôle de vieille, qui était sans conteste la meilleure des guerrières... Car elle avait su le mettre au défi non pour le vaincre, mais pour lui faire entreprendre le plus grand des combats, celui contre lui-même.

Notre guerrier repentí arriva devant la grotte, et ne trouva personne. En entrant dans la cavité, il découvrit le corps inanimé de la vieille guerrière, adossé paisiblement contre la paroi, dans une atmosphère de profonde sérénité. Le Maya laissa couler librement ses larmes, puis, après avoir offert une sépulture à la meilleure parmi tous les guerriers, il s'installa à son tour dans la grotte, attendant que l'on vienne le défier.

Qui a raison ?



« FAIRE PREUVE D'UN EXCÈS DE MODESTIE, ET CHERCHER À NE JAMAIS ATTIRER L'ATTENTION SUR SOI. »

Pour finir, rapprochons-nous de nos contrées et de notre époque, avec un dernier conte⁴ :

Deux habitants du ghetto juif de Prague étaient en conflit. Alors on fit venir le rabbin. Ce dernier prit à part le premier pour écouter sa version des faits. Une fois le récit terminé, il lui dit : « *Tu as raison.* » Puis il alla voir le second, écouta son témoignage, et à la fin lui dit : « *Tu as raison.* »

Le soir, le rabbin rentra chez lui, et raconta l'affaire à son épouse. Cette dernière s'écria « *Comment ça ? Mais c'est absurde, ils ne peuvent pas avoir raison tous les deux !* ».

Le rabbin se tourna vers sa femme et lui dit : « *Toi aussi, tu as raison.* »



Conclusion

J'espère sincèrement que vous aurez pris plaisir à découvrir ces contes. Je ne crois pas nécessaire de donner ici la solution au petit jeu proposé en introduction, car au fond, j'en viens à me demander si ces contes ont vraiment un rapport avec le *syndrome de l'imposteur*, ou bien s'ils ne sont pas plutôt... de véritables impostures !

Quant à mon propre syndrome, je vous renvoie au portrait de Mathias Savary pour tenter de deviner quel type d'imposteur se cache derrière ces lignes. ●



Votre micro-entreprise se développe bien ? Surveillez ces 2 plafonds.

On entend souvent parler du *plafond de la micro-entreprise*. Niveau de chiffre d'affaires au-delà duquel le micro-entrepreneur devrait changer de statut. En fait, il n'y a pas un plafond mais deux. Et si votre entreprise les dépasse... elle peut garder son statut ! Explications.

■ 1er plafond : La franchise en base de TVA

Au-delà d'un certain montant de chiffre d'affaires encaissé, vous allez devoir facturer la TVA à vos clients. C'est-à-dire reverser à l'État une part importante de ce que vous encaissez (en général 20 %). Sauf bien sûr si votre activité est dans un secteur dans lequel on ne facture pas de TVA : formation, soutien scolaire, médical, etc.

Si vous êtes prestataire de services, le plafond est de 34 400 €.

Si vous êtes commerçant, le plafond est de 85 800 €. Le mois où vous dépassez ce plafond, vous êtes obligé de facturer la TVA à vos clients.

Et l'année suivante, vous serez obligé de facturer la TVA sur la totalité de votre chiffre d'affaires dès le 1er janvier. Si vos clients sont des particuliers, l'impact financier peut être important, puisque vous ne pourrez pas augmenter vos prix facilement.

Que faire pour ne pas dépasser ce plafond ?

Je vous recommande de surveiller comme l'huile sur le feu votre niveau de chiffre d'affaires

par rapport à ce plafond. Surtout si vous l'approchez en fin d'année. Car en ralentissant votre activité vous pourrez peut-être reporter d'un an le dépassement et donc gagner jusqu'à 14 300 € de TVA si vous faites du commerce.

■ 2ème plafond : Le plafond qui vous oblige à quitter la micro-entreprise (ou pas)

Les avantages de la micro-entreprise (moins de paperasse, des impôts faciles à calculer, etc.) sont réservés aux entreprises qui ne dépassent pas un certain niveau de chiffre d'affaires : 72 500 € pour les services, 176 200 € pour les activités de commerce.

Que se passe-t-il si vous le dépassez ?

Ce que peu d'entrepreneurs savent, c'est qu'il est possible de rester en micro-entreprise même si vous dépassez ce plafond ! Vous n'êtes obligé de quitter le régime de la micro, que si vous le dépassez 2 années de suite. Vous pouvez donc très bien dépasser le plafond

de 10 %, 20 % ou même 50 % une première année et rester en micro-entreprise l'année suivante. Ce n'est que la 3e année que vous serez obligé de le quitter.

Financièrement, que risquez-vous ?

Les charges sociales des micro-entreprises sont faibles, c'est vrai. Mais attention, elles sont calculées sur le chiffre d'affaires. Alors que dans une société, elles sont calculées sur la rémunération de l'entrepreneur. Et ça change tout. 22 % (ou 12 %) de cotisations sociales calculées sur le chiffre d'affaires peuvent être très supérieures au 45 % (ou 65 % dans les SAS) de cotisations calculées sur la rémunération du dirigeant. Pour savoir ce qui, financièrement, est le plus intéressant pour vous, vous devez faire vos calculs. Combien allez-vous payer de cotisations URSSAF si vous conservez votre statut de micro-entreprise ? Combien en payeriez-vous si vous passiez en société ? Si vous avez besoin d'aide, contactez-nous pour que nous fassions ensemble une simulation financière gratuite. ●

Sobeez

Sobeez est le cabinet d'expertise-comptable qui simplifie votre gestion et vous aide à progresser. Notre différence ?

Chaque mois, des webinaires avec nos experts-comptables (Jean-Luc ou Xavier) pour vous aider à prendre en main vos finances et à améliorer votre gestion. Nos spécialités : les coachs, formateurs et consultants dès la création de leur entreprise. **Découvrez-nous** sur www.sobeez.fr

VOUS RÊVEZ DE LANCER UN PROJET UTILE ?

DE VIVRE D'UNE ACTIVITÉ QUI VOUS PASSIONNE ?

DE GÉRER VOTRE TEMPS COMME VOUS L'ENTENDEZ ?

DE CHOISIR VOS CLIENTS ?

D'ÉVOLUER ET D'APPRENDRE SANS CESSER ?

CE LIVRE VA VOUS PERMETTRE DE RÉVEILLER L'ENTREPRENEUR QUI EST EN VOUS !

12 étapes-clés pour construire pas à pas le projet qui vous ressemble avec, pour chaque étape :

- Un récit qui met en lumière un blocage courant : obstacles, doutes, peurs, croyances limitantes, etc.
- Un « coaching » façon LiveMentor : des clés, des exercices et des conseils pratiques pour débloquer la situation et pouvoir passer à l'étape suivante.

Un guide indispensable pensé par un entrepreneur pour les entrepreneurs, les freelances, les artisans et tous ceux qui rêvent de se réaliser en devenant indépendants !



Alexandre Dana est le fondateur et CEO de LiveMentor, la première communauté en ligne pour entrepreneurs en France. LiveMentor a déjà accompagné 6 000 entrepreneurs, et compte aujourd'hui 200 000 abonnés à sa newsletter.

Disponible :



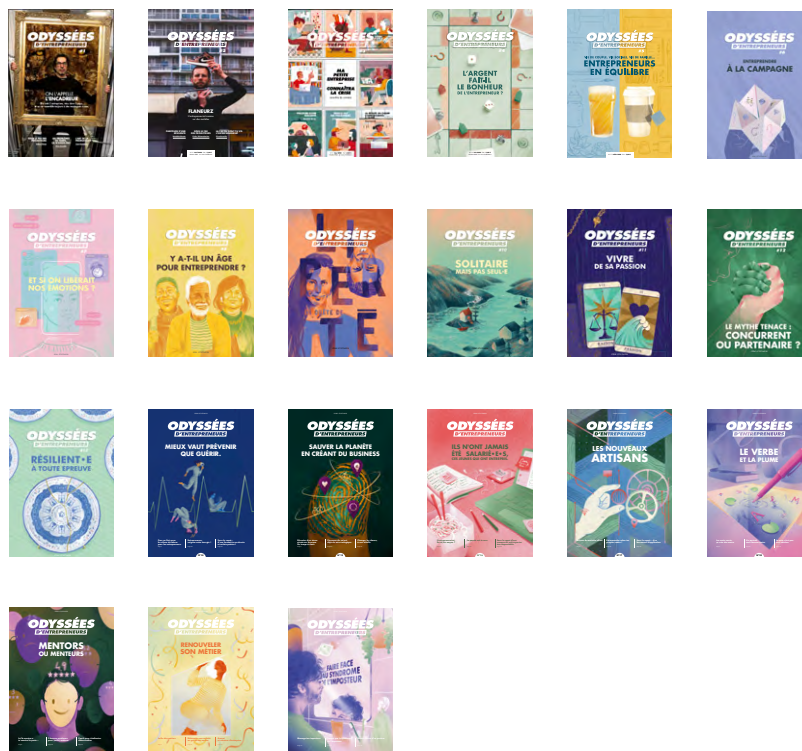
amazon



Et aussi sur le site www.livre-livementor.com

UNE ANNÉE 50 € (12 NUMÉROS)

AU LIEU DE 60 €



ABONNEMENT EN LIGNE

www.livementor.com/magazine-odyssees

Recevez chez vous 12 numéros
+ la version digitale offerte !

RÉDACTION

ODYSSEES D'ENTREPRENEURS

Directrice de publication

Ilhem Ayad

Directrice artistique

Léa Belenfant

RÉDACTION

Ian Benedict, Yann Barouch, Josiane Asmane,
Ilhem Ayad, Milena Cobast, Mathias Savary,
Sophie Laurenceau.

CONTRIBUTEURS

Estelle Haas, Maureen Damman,
Najwa Benchebab, Sobeez, Shine, Digidom.

ILLUSTRATIONS

Lucie Barthe-Dejean

RELECTURE

Camille Salomon

PHOTOGRAPHIES

Quentin Dressy, Manon de Oliveira,
William Jezequel.

MAQUETTE

Léa Belenfant

EN COUVERTURE

Illustration de Lucie Barthe-Dejean

REMERCIEMENTS

Un grand merci à Estelle Haas,
Maureen Damman, et Najwa Benchebab.

CONTACT

aide@livementor.com

IMPRIMERIE

SARL Agence Rectiligne
1, rue des Cordeliers
04300 Forcalquier

Odyssées d'entrepreneurs est édité par :

SA Learningshelter - LiveMentor
10, rue de Penthièvre
75008 Paris
RCS Paris 752 946 863

Dépôt légal à parution
ISSN : en cours

