

SIX ARTICLES. SIX CONVICTIONS.

Le talent est  
*partout.*  
La *discipline*  
du sprint ne l'est  
pas.

Ce que nous croyons sur la création d'entreprise en soixante-douze heures, et pourquoi nous tenons à le défendre — manuellement, livraison après livraison.

---

I.

# La *rapidité* est notre première discipline.

*Soixante-douze heures n'est pas un gimmick. C'est un cadre. Une contrainte qui force la décision.*

---

Le temps long fabrique la procrastination déguisée en stratégie. Trois mois pour valider une persona. Six mois pour livrer un MVP. Un an pour douter à voix basse. La plupart des projets ne meurent pas d'une mauvaise idée — ils meurent d'une lente exécution.

Nous tenons l'inverse. **La contrainte révèle.** En soixante-douze heures, vous ne pouvez pas vous mentir longtemps. Le marché vous répond ou ne vous répond pas. Le produit tient debout ou s'effondre. La marque parle ou se tait. Tout devient lisible.

C'est cette lecture en accéléré qui forme un fondateur — pas la lecture d'un livre supplémentaire, ni la énième session de coaching.

*La rapidité est l'essence de la guerre.*

— SUN TZU, L'ART DE LA GUERRE, CHAPITRE II

Ce que Sun Tzu écrivait pour le champ de bataille s'applique au lancement d'entreprise : ce n'est pas la force qui l'emporte, c'est le tempo. Le concurrent qui livre lundi ne battra pas celui qui livre vendredi. Sauf si celui qui livre vendredi est resté assis tout l'hiver.

Nous pratiquons l'inverse. **Vendredi matin, l'idée. Dimanche soir, le business.** Tout est compressé pour que rien ne soit théâtre.

---

*II.*

# Six fondateurs. *Pas un de plus.*

*L'intelligence d'un petit groupe l'emporte sur la sagesse d'une assemblée.*

---

La taille d'une cohorte n'est pas un détail logistique. C'est une décision pédagogique. Au-delà de six, le formateur ne peut plus voir chaque livrable, débloquer chaque blocage, ajuster chaque détour. La promesse devient un slogan. Les fondateurs deviennent des numéros.

Jeff Bezos a fixé la règle des two-pizza teams chez Amazon : si une équipe ne peut pas se nourrir avec deux pizzas, elle est trop grosse pour être agile. **Notre cohorte tient autour d'une seule table.** C'est intentionnel.

*Si vous ne pouvez pas nourrir une équipe avec deux pizzas, elle est trop grande.*

— JEFF BEZOS, PRINCIPE AMAZON

La conséquence est concrète : vous êtes vu, entendu, corrigé. Personne ne se cache derrière un autre. Personne ne sort sans avoir livré. La cohorte devient un système de redevabilité mutuelle, pas un public.

## STRATAGÈME N° 5 · PROFITER DU FEU POUR PILLER

*Quand le moment exige une décision, frappez. Six fondateurs, trois jours, des praticiens de notre équipe à leurs côtés — c'est notre feu. Nous l'utilisons pour avancer pendant que d'autres délibèrent.*

---

*III.*

# L'artefact *prouve*. La promesse trompe.

*Pas de PowerPoint inutile. Pas de roadmap fictive. Des livrables, signés du dimanche soir.*

---

L'industrie de la formation a un défaut bien documenté : elle vend une transformation qu'elle ne mesure pas. Trois jours de séminaire, dix slides, un certificat — et lundi matin, rien n'a changé sur le terrain.

Nous tenons une autre approche. **Chaque fondateur quitte la villa avec neuf artefacts terminés** : un site live, une stack opérationnelle, une campagne lancée, un pitch deck enregistré. Pas des promesses. Des fichiers, des URL, des comptes ouverts.

*Make something people want.*

— PAUL GRAHAM, Y COMBINATOR

Il n'y a pas de plus grande sagesse en entrepreneuriat. Ce qui se vérifie en trois jours plus brutalement qu'en trois mois : on ne crée pas de valeur en parlant de valeur. On la crée en livrant quelque chose que quelqu'un demande. Si personne ne demande, on a sa réponse.

*If you're not embarrassed by your first product, you've launched too late.*

— REID HOFFMAN, FONDATEUR LINKEDIN

Le sprint embrasse cette gêne. Vous repartez avec quelque chose d'imparfait, exposé, public. C'est exactement le bon état de départ. Un produit non livré n'apprend rien. Un produit livré, même imparfait, vous éduque chaque jour.

IV.

# Une marque est une *décision* *répétée*.

*Pas un logo. Pas une charte. Une intention claire, rendue lisible cent fois, sans flouter.*

La plupart des fondateurs confondent la marque avec son apparence. Ils paient un designer, reçoivent un logo, l'apposent partout, et appellent cela une identité. Mais une marque ne vit pas sur Figma. Elle vit dans la cohérence des décisions qu'elle impose : ce que vous publiez, ce que vous refusez, ce qui passe et ce qui s'arrête au mur.

**Le sprint vous force à prendre ces décisions tôt.** Pas après six mois de croissance. Maintenant — pendant que le projet est encore plastique. Une fois la promesse formulée, le ton trouvé, l'esthétique posée, tout le reste s'aligne plus vite.

*The only way to win is to learn faster than anyone else.*

— MARC ANDREESSEN, A16Z

Une marque solide accélère cet apprentissage. Elle filtre votre marché : les bons clients vous reconnaissent, les mauvais s'écartent d'eux-mêmes. Elle filtre vos décisions internes : un nouveau produit a-t-il sa place ? Une opportunité partenariat est-elle alignée ? La marque tranche, plus vite qu'un comité.

Une marque indécise oblige à délibérer chaque fois. Une marque tranchée délibère une fois pour toutes.

**Ce que vous gagnez en trois jours d'effort, c'est cette tranche.**

V.

# Le bootcamp s'arrête. *Les alumni continuent.*

*Trois jours en immersion. Toute une vie en lien.*

Soixante-douze heures avec cinq autres fondateurs sélectionnés crée un objet plus durable que la matière du cours. Vous partagez quelque chose qu'aucun MOOC ne peut produire : une expérience commune, dense, contraignante, où vous avez vu chacun se débattre, douter, livrer.

Cette intimité opérationnelle devient un capital relationnel. Vous savez désormais qui appeler quand vous bloquez sur un sujet précis. Vous savez qui demander en parrainage, en bêta-test, en mise en relation. **Le réseau qui dure n'est pas constitué de cartes échangées. Il est constitué d'épreuves traversées ensemble.**

*The network is the product.*

— REID HOFFMAN, THÈSE FONDATRICE DE LINKEDIN

Founders University by Cloud Skunkworks fait vivre cette thèse autrement : pas une plateforme, mais une diaspora discrète. Paris, Lille, Libreville, Amsterdam, Séoul. À chaque session, le réseau s'élargit d'une cohorte. À chaque édition, les promotions précédentes croisent les nouvelles. Slack reste actif. Les alumni sont sollicités sur les nouvelles candidatures.

C'est le seul vrai effet composé que nous offrons. Le sprint vous met au monde. Le réseau vous garde dedans.

VI.

# Pas de promesse. *Des livrables.*

*Si le sprint ne livre pas, il n'a pas eu lieu. C'est notre seul test.*

Tout ce qui précède peut être contesté en théorie. Notre seule preuve est concrète : à dimanche 22 heures, chaque fondateur de la cohorte tient en main neuf artefacts opérationnels. S'il en manque un, c'est que nous n'avons pas tenu notre engagement.

Nous ne promettons pas le succès commercial. Nous promettons le **passage à l'acte**. La différence est immense. Le succès dépend du marché, du timing, de la persévérance — variables qui ne sont pas dans nos mains. Le passage à l'acte est dans les nôtres. Et il conditionne tout le reste.

## STRATAGÈME N° 14 · EMPRUNTER UN CADAVRE POUR RESSUSCITER UNE ÂME

*Nous reprenons des outils éprouvés — Stripe, Figma, Notion, Claude, AWS — et nous les mettons au service de votre projet en moins de trois jours. Vous ne réinventez rien. Vous redéployez ce qui a déjà fait ses preuves, à votre échelle.*

C'est notre serment, écrit dans la pierre du calendrier : trois jours d'engagement total, neuf artefacts livrés, un suivi de trente jours, un réseau d'alumni à vie.

Le reste — votre obstination, votre résilience, votre capacité à apprendre vite — vous appartient. Nous vous donnons les conditions. **Vous tenez la suite.**



*Le talent est partout.  
La discipline du sprint  
ne l'est pas.*