

Ariane de Bonvoisin, businesswoman surdouée

Entrepreneuse belge



**NEW YORK
SA VILLE D'ACCUEIL**
Ariane de Bonvoisin habite depuis 10 ans à New York, «la ville la plus extra que je connaisse. Tout y est possible. Et tous les jours, je rencontre quelqu'un de passionnant qui poursuit un rêve, qui mène un projet ou qui réalise un film. On ne s'en- nuie jamais ici.»



RICHARD PARSONS, PRÉSIDENT DE TIME WARNER, SON AMI, SON GUIDE
«Il a fait bien plus que financer First30Days. Il est d'abord un ami, puis un investisseur. Il me guide dans cette aventure et il ne se passe pas une semaine sans que je ne le tienne informé.»



A 18 ans, Ariane de Bonvoisin avait déjà vécu dans six pays. A 19, elle décrochait un diplôme à la London School of Economics. Et à 30, son C.V. en faisait pâlir plus d'un. Aujourd'hui, la jeune Belge installée à Manhattan se lance un nouveau défi en créant une *start-up* active dans le développement personnel. Avec le soutien de grands noms des médias et du business. | Christophe Charlot

Vendredi 25 janvier 2008. Plusieurs millions d'Américains assis devant leur petit écran découvrent Ariane de Bonvoisin (35 ans), invitée de l'émission *In the loop* sur NBC. Experte du changement, la jeune femme au nom amusant pour tout Américain passe en revue les différents types de bouleversements qui interviennent inévitablement dans la vie de chacun : mariage, nouveau job, décès, maladie... Avec son large sourire et son regard mutin, elle séduit le téléspectateur qui ignore très certainement sa nationalité belge. Une nationalité à laquelle elle reste attachée — elle possède toujours son passeport belge — même si elle a vécu la majeure partie de sa vie à l'étranger. Mais ce qui intéresse avant tout le spectateur américain se nomme First30Days, l'entreprise qu'Ariane de Bonvoisin a fondée récemment aux Etats-Unis et qui explique sa présence sur le plateau télé.

Le concept de sa *start-up*? Accompagner les gens dans les 30 premiers jours des bouleversements auxquels ils sont confrontés. «Le changement est LE mot de l'année, d'un point de vue social, économique ou politique aux Etats-Unis, note la jeune entrepreneur. Notre société est entièrement dédiée à ce thème.» Pour aider le public, elle a donc imaginé une panoplie d'outils : du site Internet au blog en passant par des *podcasts* et une *news-*



made in USA



SA PHOTO SYMBOLE
Un souvenir de CapeTown, lieu qu'elle affectionne particulièrement. Un symbole parfait pour une grande voyageuse comme cette assoiffée de découvertes.



RENCONTRE AVEC SERGEY BRIN DE GOOGLE
Le monde du Web l'a toujours passionnée.



SPORT ET AVENTURE
Dynamique en affaires, Ariane de Bonvoisin l'est aussi dans ses loisirs. La jeune CEO a grimpé le Kilimandjaro en janvier 2001 et a accompagné un groupe d'étudiants en Antarctique en décembre 2002.



PASSION POUR L'ÉCRITURE
Sur une île déserte, outre son téléphone portable pour appeler ses amis, Ariane de Bonvoisin emmènerait un carnet vide et un stylo pour assouvir sa passion pour l'écriture.

letter. Sans oublier deux livres estampillés à la marque de sa société : *First 30 days of Living Healthy* et *First 30 days of pursuing your dreams*. Un troisième sortira en mai. Et une émission de télé est aussi en projet.

Boulimique de défis

Ariane de Bonvoisin est loin d'être une novice en affaires et... en changements. A 18 ans, elle avait déjà vécu dans six pays. Et, à 30 ans, son C.V. comportait sept postes prestigieux différents !

Après quelques années à Bruxelles où elle a achevé ses études secondaires, la jeune fille décroche, à 19 ans, un diplôme d'économie à la London School of Economics. Engagée presque aussitôt comme analyste au Boston Consulting Group, elle a rapidement «l'occasion de voyager partout dans le monde, se souvient-elle. Plus précisément dans une douzaine de pays, dont l'Afrique du Sud et quelques pays d'Asie.» Elle décide alors d'entreprendre un MBA et choisit celui de la Stanford University en Californie. «Je souhaitais étudier dans l'école la plus chouette et la plus sportive», avoue, amusée, cette fan de sport qui, un temps, fut monitrice de ski, nageuse et qui a grimpé le Kilimandjaro en 2001.

A Stanford, entre 1994 et 1996, en plein boom de la Silicon Valley, elle côtoie des personnes telles que Jeff Skoll, qui cofondera eBay avec Pierre Omidyar, ou encore Jeff Blackburn, n°2 d'Amazon. Son MBA en poche, portée par l'envie de trouver un job dans le monde des médias, elle part s'installer à New York où elle déniche un travail de rêve chez la *major* de l'industrie du disque BMG. *Strategic assistant* de Michael Dornemann, le CEO de BMG Entertainment et de Mark Woessner, le président de Bertelsmann, Ariane de Bonvoisin conçoit des présentations stratégiques pour le comité de direction, des analyses de nouvelles initiatives au sein du groupe, vérifie les budgets et l'application du *business plan*.

Mais le monde du Web fait rapidement de l'œil à cette boulimique de défis qui rejoint deux ans plus tard, en 1998, le géant

Sony Music, plus à même de lui offrir des perspectives dans ce domaine. On lui confie le poste de *vice president* des départements «*online venture*» de Sony Music et Sony Venture Fund. Concrètement, elle est chargée d'implémenter et de concrétiser des deals naissant sur l'Internet. Elle a ainsi réalisé des projets en ligne avec AOL ou Microsoft. «Nous avons des centaines de projets pour le Web à l'époque, se remémore-t-elle. C'était passionnant de miser sur des entreprises qui pouvaient tirer le meilleur profit de l'Internet, du *broadband* et de l'e-mail. Ce domaine était en plein essor.»

Gestionnaire de centaines de millions de dollars

Son dynamisme et son efficacité séduiront ensuite le groupe Time Warner qui ne disposait pas de division «*venture capital*» à l'époque. La développer sera sa mission. En 2000, à tout juste 27 ans, la précoce Ariane de Bonvoisin est propulsée *managing director* de Time Warner Digital Media Investment Fund. Elle est alors à la tête d'une petite équipe gérant quelque 500 millions de dollars ! Nommée par ailleurs *partner*, elle bénéficie d'une participation dans les deals qu'elle conclut. «Tout cela avait un côté terrifiant, commente-t-elle. Des accords faramineux étaient conclus un peu partout et les investissements dans l'univers du Web étaient conséquents. Time Warner recevait des caisses entières de propositions.» En un an et demi, son *team* de cinq personnes a conclu une douzaine de gros investissements. Une grande satisfaction pour la Belge. «Aider des passionnés à lancer leur business et suivre leur évolution et leur succès avait quelque chose de grisant, ajoute-t-elle. Mais il est vrai aussi qu'à l'époque, voir ces entrepreneurs cools, en jeans, motivés, me donnait parfois envie de passer de l'autre côté. Œuvrer dans le *corporate* est une excellente école, mais cela tue une certaine forme de créativité.» La période est toutefois complètement délirante : Ariane de Bonvoisin vit de l'intérieur l'une des plus grosses fusions du moment, celle d'AOL et Time Warner. Elle côtoie d'ailleurs Dick Parsons, le président du groupe, qui devient l'un de ses amis ►

et qui se révélera un guide précieux dans ses futurs projets dont, aujourd'hui First30Days.

Lorsque la bulle Internet éclate, les investissements portent de plus en plus sur des contrats très technologiques... pas vraiment la tasse de thé de la jeune femme qui préfère, de loin, les matières touchant aux médias et au consommateur. La passion s'effrite et, lorsqu'on lui demande de s'installer en Virginie, elle décide de quitter l'aventure malgré un poste prestigieux, des *stock options* et une position confortable au sein de Time Warner. Un moment propice pour voler de ses propres ailes...

Petit passage par l'humanitaire

L'occasion est belle de prendre un congé sabbatique. Ariane de Bonvoisin en profite pour voyager à travers le monde : l'Italie où elle prend le temps de lire une tonne de livres ; le Mexique,



où elle apprend l'espagnol ; l'Australie, pour découvrir la Grande Barrière de Corail. Après plusieurs mois à bourlinguer, l'*ex-executive woman* se lance dans un projet à vocation humanitaire baptisé *A day in the Life of Africa*. Objectif : réunir une centaine de photographes le même jour dans tous les pays d'Afrique pour réaliser des clichés qui feront l'objet d'une grande exposition itinérante. Ariane de Bonvoisin endosse la casquette de *senior project advisor* du projet, met son carnet d'adresses à profit et convainc de nombreux partenaires de financer l'aventure (matériel informatique et photographique, organisation des voyages). *A day in the Life of Africa* fait ainsi l'objet d'une exposition, d'un livre préfacé par Kofi Annan, d'un CD et bénéficie d'une large couverture médiatique. Les fonds engrangés sont reversés à des associations actives dans l'éducation et la lutte contre le SIDA en Afrique.

Le projet terminé, la jeune femme flirte quelques mois avec la télévision comme responsable du développement d'une émis-

sion. Mais le concept de First30Days lui trotte dans la tête. Dans son appartement de Manhattan, elle planche sur ses premiers dossiers de changement. Elle est ravie de reprendre la plume, une passion qu'elle nourrit depuis de nombreuses années, elle qui avait d'ailleurs tenu une rubrique hebdomadaire dans la *newsletter* de l'université de Stanford. La *start-up* est lancée en 2005, avec l'aide de Dick Parsons, président de Time Warner. Mais sa naissance officielle n'a eu lieu que le 11 février dernier.

Le coup de pouce d'Oprah Winfrey

C'est donc voici deux semaines qu'Ariane de Bonvoisin a relancé son site en grande pompe, dopé par de nouveaux investisseurs. En effet, First30Days a réussi à lever 5 millions de dollars auprès d'investisseurs comme Hearst ou le fonds NY City Investment fund.

Concrètement, le site web de First30Days propose, sur chaque thématique liée au changement — le mariage, un nouveau job, la première utilisation d'un mac, aborder une vie plus saine —, une série de dossiers alimentés par des experts prodiguant leurs conseils. A cela s'ajoute une *newsletter* quotidienne envoyée au «client» durant les 30 premiers jours auxquels il est confronté à un bouleversement. «Nous voulons offrir une banque de res-

Si sa start-up a levé 5 millions de dollars lors du premier tour de table, Ariane de Bonvoisin espère en lever 7 à 10 de plus au second.

sources : les meilleurs livres, des interviews, des échanges d'expériences, des *podcasts*, etc.», précise la jeune femme qui surfe sur le créneau du développement personnel toujours en vogue outre-Atlantique.

La société emploie pour l'instant 14 personnes et mise sur la publicité et le sponsoring pour assurer ses revenus. L'accès au site et à l'information est, en effet, entièrement gratuit pour les utilisateurs. «Si nous abordons la thématique des 30 premiers jours d'un enfant après la naissance, nous serons sponsorisé par des marques telles que Pampers», explicite Ariane de Bonvoisin. Elle est d'ailleurs parvenue à séduire quelques grands noms dont Dick Parsons, président de Time Warner (ancien CEO) qui lui a apporté ses premiers milliers de dollars pour lancer son projet et qui compte toujours parmi son *board of advisors*. Ce n'est pas tout : la célèbre présentatrice Oprah Winfrey, elle aussi séduite, lui a réservé un large espace dans son magazine, et Steve Wozniak, l'emblématique cofondateur d'Apple, a accepté de jouer aux experts pour First30Days — il fournit ses conseils pour les 30 premiers jours d'utilisation d'un mac !

Prochaines étapes pour la petite entreprise ? Un *roadshow* de sa fondatrice en avril (télévisions, magazines, etc.) pour assurer la promotion du site First30Days. Puis viendra un second tour de table pour lever entre 7 et 10 millions de dollars supplémentaires et le lancement d'une centaine d'autres thématiques de changement. Sans oublier un show télé où, cette fois, Ariane de Bonvoisin pourrait bien apparaître autrement que comme simple invitée. ■

WWW.FIRST30DAYS.COM