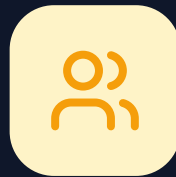


The Community Organizer

Construit des réseaux et des écosystèmes qui génèrent un capital social convertible

CYCLE TECHNOLOGIQUE · INTELLIGENCE ARTIFICIELLE



TON PROFIL DE TOP-5 RÔLES

1	The Community Organizer	90%
2	The Developer	81%
3	The Conference Organizer	74%
4	The Open-Source Contributor	74%
5	The Implementation Freelancer	73%

CE QUE TU N'ES DÉFINITIVEMENT PAS

The Arbitrageur	41%
-----------------	-----

D'abord — rendons à César ce qui est à César

La plupart des gens dérivent. Ils laissent l'algorithme, le marché de l'emploi ou celui qui parle le plus fort décider de ce sur quoi ils travaillent, et espèrent que ça marche. Toi, non. Tu t'es posé et tu as posé la question la plus difficile — étant donné qui je suis vraiment, où est-ce que je m'inscris, et que devrais-je construire ? Cet instinct, investir en toi-même délibérément au lieu de laisser faire le hasard, est la plus grande chose qui sépare ceux qui chevauchent un cycle du hype de ceux qu'il écrase. Tu as déjà une longueur d'avance.

Alors lis ceci pour ce que c'est : un outil sérieux pour quelqu'un qui a décidé de prendre sa propre trajectoire au sérieux. Il ne te flattera pas — les passages honnêtes sont honnêtes exprès — mais il est conçu pour te pointer vers les rôles où ton câblage spécifique est un avantage, les mouvements qui composent, et les pièges qui te coûteraient le plus. Tu ne pars pas de zéro ; tu pars de données sur toi-même que presque personne ne prend la peine de rassembler. Mettons-les au travail.

« J'ai déjà un travail — à quoi sert ce test ? »

Question légitime — surtout si tu es un ingénieur senior, un consultant établi, ou quiconque est déjà bon dans ce qu'il fait. Ce n'est pas un quiz de personnalité qui t'annonce ta « couleur » et te souhaite bonne chance. C'est un outil de positionnement. La vérité inconfortable de chaque cycle du hype, c'est qu'être excellent dans son métier et être bien positionné quand le cycle tourne sont deux choses différentes — et le cycle se moque de la qualité de ton code. Ceux qui se font écraser dans un krach sont rarement les moins compétents ; ce sont ceux qui étaient dans le bon rôle au mauvais moment, ou qui n'ont jamais converti une compétence solide en une position durable.

Alors si tu es déjà établi, lis ceci moins comme « qui suis-je ? » et plus comme « où ma force existante se convertit-elle en levier au cours des prochaines années — et quel est le plus petit mouvement qui m'y mène ? » Le dev senior dont le vrai atout est d'expliquer, pas de livrer ; le consultant à une compétence adjacente d'une offre produite ; l'opérateur assis sur un réseau qu'il n'a jamais monétisé — c'est exactement pour eux que ceci est le plus tranchant. Tu as déjà la partie difficile. Il s'agit de la viser.

Comment lire ce rapport

Partie 1 est ton briefing exécutif. **Partie 2** est ta meilleure adéquation — l'analyse personnalisée complète : tes rôles, tes idées, ton plan. **Partie 3** est la méthodologie : le framework sur lequel tout ceci repose, et de courtes introductions aux lentilles de personnalité.

Tu n'as jamais besoin de la Partie 3 pour utiliser les Parties 1 et 2. Elle est là quand tu veux aller plus loin — et partout où un terme mérite d'être développé, tu verras un **renvoi** vers l'endroit exact à la fin.

PARTIE 1 — BRIEFING

Briefing personnel de renseignement

PARTIE 2 — TA MEILLEURE ADÉQUATION

Tes principaux rôles, en profondeur
Ton type de personnalité × tes rôles
Synergies & là où tu galérerais
Réalité du marché & voie d'entrée
Plan sur 12 semaines · chaque rôle noté

PARTIE 3 — MÉTHODOLOGIE

Le cycle du hype & les 23 rôles
De l'ikigai à ton score
MBTI & forces de caractère
Liste de lectures transversale

PARTIE UN

Briefing personnel de renseignement

Résumé exécutif

Briefing personnel de renseignement

Généré à partir de ton profil de rôle, ton focus tech, ton secteur et ton contexte personnel.

Une note sur cette section : elle est générée par IA à partir de ton profil, au mieux de nos capacités. Traite les idées de business et de rôles comme de premières esquisses à confronter à ton propre jugement — des points de départ, pas des instructions à suivre.

Ta combinaison injuste

Tu combines une capacité à fédérer des communautés (Community Organizer #1), une compétence technique réelle en développement (Developer #2), et une expertise de terrain dans le real estate et la proptech britannique — une verticale où l'adoption de l'IA reste structurellement en retard sur les promesses. Très peu de personnes dans l'écosystème proptech UK peuvent à la fois écrire du code, organiser un événement de 200 personnes, et comprendre la douleur opérationnelle d'un agent ou d'un asset manager. Cette combinaison te place naturellement à l'intersection entre les builders d'IA et les acheteurs proptech — un gap que personne d'autre dans la pièce ne peut combler de la même façon.

Si tu veux construire quelque chose

1. Communauté verticale AI × Proptech UK

Une angle à explorer — une communauté payante (abonnement £49–£99/mois) ciblant les tech leads et heads of digital chez les agences et développeurs immobiliers britanniques qui doivent naviguer l'adoption de l'IA sans cadre clair. Ton profil Developer te permet d'animer des sessions techniques crédibles ; ton ancrage proptech te donne le langage du métier. Le modèle Lenny's Newsletter (voir Lenny Rachitsky) dans une niche verticale resserrée est le précédent le plus proche. La valeur n'est pas l'information — c'est la sélection et l'accès entre pairs.

2. AI Proptech Meetup Series 'Conférence annuelle

Considère le chemin classique : meetups mensuels gratuits à Londres (10–30 personnes), puis Bristol ou Manchester, puis une conférence d'un jour à £200–£400/ticket, sponsorisée par des fournisseurs SaaS proptech. Les sponsors naturels — Plentific, Coyote, Reapit, ou les bras proptech de CBRE et Savills — cherchent exactement ce type de canal de distribution qualifié. Ton premier step (organiser un meetup la semaine prochaine, 10 personnes) est le point de départ direct pour ce track. La spécificité "AI + real estate UK" est encore suffisamment étroite pour qu'il n'existe pas de conférence dominante sur ce créneau.

3. Agent IA open-source pour la due diligence immobilière

Une piste plus technique — un outil open-source sur GitHub ciblant les petits fonds et family offices UK qui font de la due diligence sur des actifs résidentiels ou commerciaux. Pipeline de données publiques (Land Registry, EPC, planning applications) + LLM pour générer un briefing automatisé. Le modèle de monétisation est le classique open-core : outil gratuit, version managed/hosted à £500–£2k/mois pour les équipes qui ne veulent pas maintenir l'infra. Ta stack Developer + Open-Source Contributor #4 te donne la crédibilité pour lancer le repo ; ton background proptech te donne les cas d'usage que les builders IA purs n'ont pas.

4. Bootcamp "AI for PropTech Professionals"

One angle worth testing — un programme court (4–6 semaines, en ligne ou hybride) ciblant les professionnels proptech non-techniques (asset managers, property managers, surveyors) qui doivent monter en compétences sur l'IA sans devenir développeurs. Prix cible : £800–£1 500/participant, B2B via les RH des fonds ou agences. Ton profil ENTP avec Ne dominant (voir Myers, *Gifts Differing*) tend à exceller dans la traduction de concepts complexes en cadres accessibles — c'est précisément ce que ce segment achète. La communauté que tu construis via les meetups est ton premier cohorte naturelle.

Si tu veux un rôle, pas une entreprise

1. Head of AI / AI Product Lead chez un scale-up proptech UK

Des entreprises comme Goodlord, Fixflo, Reapit ou Coadjute ont une roadmap produit IA mais manquent de quelqu'un qui comprend à la fois le code, le métier immobilier et la capacité à embarquer les équipes. Tu peux positionner ta candidature autour de trois preuves concrètes : un projet de code IA lié au real estate, une communauté que tu as déjà commencé à bâtir, et un diagnostic de leur gap IA rédigé avant l'entretien. C'est le genre de profil hybride que les Head of Product classiques ne peuvent pas imiter.

2. Freelance "AI Implementation Lead" pour fonds et agences immobilières

Le rôle Implementation Freelancer (#5) est directement activable depuis ta position actuelle, en parallèle. Cible les fonds mid-market (£500M–£2Bn AUM) ou les réseaux d'agences (20–100 branches) qui ont un directeur tech dépassé et pas de ressource interne IA. La mission type : audit de 2 semaines, plan d'implémentation, déploiement d'un premier use case (extraction de données de baux, scoring de leads, reporting automatisé). Tarif marché UK : £600–£1 200/jour. Ta crédibilité technique + ton background sectoriel élimine le besoin de te "vendre" — tu parles leur langue.

3. Community Lead / Developer Advocate chez un fournisseur IA B2B ciblant le real estate

Des entreprises comme Veeva (healthcare), CoStar, ou les bras proptech de Microsoft et Google cherchent des developer advocates qui peuvent animer une communauté technique dans une verticale. Ton profil Community Organizer #1 + Developer #2 est le profil exact de ce rôle. Avantage : tu n'as pas à construire la crédibilité produit de zéro — tu la loues et tu continues à construire ton réseau en parallèle. Premier mouvement : devenir visible dans leur communauté existante avant d'envoyer un CV.

4. Conférencier / Advisor pour associations professionnelles proptech

RICS, British Property Federation, et PropTech UK cherchent régulièrement des speakers et advisors techniques pour leurs événements et working groups sur l'IA. Ce n'est pas un rôle à plein temps — c'est une position d'accès. Elle résout directement ton flag "no reach to decision-makers in large organizations yet" en te mettant dans la même pièce que les heads of digital de CBRE, JLL, Savills et les grands fonds REIT. Premier pas concret : sou mets une proposition de session à la prochaine conférence RICS ou PropTech Connect d'ici 30 jours.

Ton plus grand angle mort

Ton profil ENTP tend à lancer plusieurs fils en parallèle — une communauté, un repo open-source, un bootcamp, des freelance missions — sans jamais pousser l'un d'eux assez loin pour créer de l'inertie réelle (voir la blind-spot library

ENTP : "starts more than finishes"). Dans le contexte proptech UK, ce risque est amplifié parce que le secteur est petit et que ta réputation se construit lentement : les décideurs chez CBRE ou chez un fonds mid-market te verront peut-être trois fois sur 18 mois avant de t'engager. Si tu changes de focus visible à chaque trimestre, tu crées de la confusion, pas de la crédibilité. La règle opérationnelle : choisis un signal unique (meetup, repo, ou mission freelance) et rends-le reconnaissable pendant au moins 6 mois avant d'en ajouter un second.

De qui tu as besoin comme partenaire

Tu as besoin d'un(e) opérateur/opératrice avec une forte préférence SJ — quelqu'un qui ferme les boucles que tu ouvres, suit les relances après chaque meetup, et transforme tes idées de conférence en devis, contrats et logistique concrète. En termes de stack cognitive, cherche quelqu'un dont le Si-Te (attention au détail historique + exécution structurée) compense ton Ne-Ti (génération d'idées + analyse sans clôture). Concrètement : un(e) freelance ops / chief of staff proptech ou un(e) ex-event manager ayant déjà organisé des conférences B2B dans l'immobilier ou la fintech UK — pas un(e) autre builder, pas un(e) autre communauté-type. C'est la personne qui transforme "on devrait faire un meetup mensuel" en un Google Sheet avec 12 venues bookées.

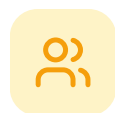
Tes 30 premiers jours

- Organise un meetup "AI in Proptech" pour la semaine prochaine — 10 personnes de ton réseau existant suffisent, lieu informel à Londres, pas de sponsoring nécessaire au premier round.
- Après le meetup, envoie un message individuel à chacun des participants pour leur demander un problème IA concret non résolu dans leur quotidien proptech — transforme les réponses en une liste de 5 pain points classés par fréquence.
- Identifie les 3 fournisseurs SaaS proptech UK les plus actifs sur l'IA (ex. : Reapit, Plentific, Coyote) et cartographie leur programme de partenariat ou sponsoring d'événements — c'est ton pipeline de financement pour la série de meetups.
- Publie un post LinkedIn de 300 mots documentant ce que tu as entendu au meetup (sans nommer les participants) — ce post devient ton signal de crédibilité visible pour les décideurs que tu ne connais pas encore.
- Soumets une proposition de session speaker à PropTech Connect ou à la prochaine conférence RICS sur l'IA et l'immobilier — une proposition courte (200 mots, titre accrocheur, angle concret) suffit pour ce stade.
- Ouvre un repo GitHub avec un README documentant un cas d'usage AI proptech précis (ex. : parsing automatique de données Land Registry) — même sans code complet, le repo te positionne comme Developer crédible dans les deux communautés à la fois.
- Bloque 2 heures en fin de mois pour décider lequel de ces trois signaux (communauté, repo, speaker) tu concentres pendant les 60 prochains jours — et lequel tu mets en veille.

Là où ce briefing s'appuie sur ton type de personnalité auto-déclaré — en particulier Ton plus grand angle mort et Qui il te faut comme partenaire — il combine ta combinaison de rôles avec ton type. La base complète de la lecture du type est dans Partie 2 : MBTI, expliqué.

PARTIE DEUX

Ta meilleure adéquation



The Community Organizer

90%

Comment ce % est construit : **83 points d'attraction** · **7 points de crédit contre-profil** (les opposés ne t'attirent pas) · 0 points de terrain neutre.

POURQUOI C'EST TON RÔLE #1

Le signal le plus fort ici est sans ambiguïté : tu as non seulement organisé des événements ou des communautés, mais tu l'as fait avec un plaisir maximal — c'est une combinaison rare entre compétence prouvée et énergie réelle, pas seulement une case cochée. Ce que ça révèle, c'est une vocation de connecteur au sens profond. C'est renforcé par deux autres signaux tout aussi nets : tu te souviens instinctivement de qui connaît qui, qui a besoin de quoi, et comment les relier — un marqueur de pensée relationnelle structurelle — et tu préfères 100 personnes qui t'adorent à 100 000 qui t'ignorent à moitié, ce qui trahit une orientation vers la densité et la qualité du lien plutôt que vers la masse. Ces trois réponses convergent exactement vers le rôle de Community Organizer dans l'écosystème AI : quelqu'un qui crée le tissu humain autour duquel les projets, les outils et les idées peuvent prendre racine. En pratique, tu opères en faisant de chaque interaction un investissement à long terme. Une journée où trois personnes se sont rencontrées grâce à toi et où quelque chose a étincélé — c'est ta définition d'une bonne journée, pas un tableau de bord en vert. Tes meilleures idées émergent des conversations, pas de la solitude, ce qui signifie que tu as besoin d'un flux humain constant pour rester créatif. La tension à surveiller : dans l'univers AI, où les communautés (Discord, Slack, meetups autour de LLMs) se multiplient vite, tu risques de t'éparpiller sur trop de liens sans jamais capitaliser sur aucun. Ta force est la chaleur ; ta discipline doit être le focus.

COMMENT SE DÉCOMPOSE TON 90%

Pain Tolerance	×20%		82%
Energy & Drive	×20%		85%
Thinking Style	×20%		83%
Experience	×20%		100%
Skills	×20%		100%

Les cinq dimensions pondérées derrière ton score. Le chiffre du milieu est le poids de chaque dimension dans le nombre final ; la barre indique à quel point tes réponses y ont marqué.

Le Community Organizer construit une infrastructure autour d'un intérêt partagé — pas du contenu (c'est l'Educator) mais des relations et de l'appartenance. L'actif cumulé est un réseau de relations directes indépendant de toute plateforme. Le Community Organizer qui anime un groupe Telegram, un meetup mensuel et un rassemblement annuel possède une infrastructure que l'Educator n'a pas. La dépendance à la plateforme est la vulnérabilité de l'Educator ; le Community Organizer l'atténue en construisant des relations directes comme actif. Dans la vague Linux/Open-Source, c'étaient Jon "maddog" Hall (Linux International) et le Debian Social Contract de Ian Murdock — la communauté comme structure sociale durable, plus les organisateurs de LUG et de FOSDEM.

TON TYPE DE PERSONNALITÉ DANS CE RÔLE

Ton Ne dominant te donne un vrai avantage ici : tu repères instantanément les connexions entre des gens que personne d'autre n'aurait réunis, et tu génères assez d'énergie intellectuelle pour faire exister une communauté autour d'un sujet AI avant même qu'elle ait une raison formelle d'exister. Le problème, c'est que le Community Organizer vit sur la durée — nurturing, suivi, rituels récurrents — et que tes préférences ENTP te poussent vers le lancement bien plus que vers la maintenance. Tu construis la salle, tu remplis la salle, puis tu t'ennuies de la salle. Délègue l'animation quotidienne avant que l'entropie ne te rattrape.

Comment tu gagnes de l'argent

Communauté > revenus d'événements + sponsorings + conseil (en tant que connecteur de confiance). Le Community Organizer monétise via : cotisations de membres de la communauté (une fois la confiance établie), recettes de billetterie d'événements (couvrant d'abord les coûts, puis le profit), sponsorings d'entreprises voulant accéder à la communauté, et honoraires de conseil/advisory d'entreprises qui veulent le réseau et le savoir-domaine de l'organisateur. Beaucoup de Community Organizers à succès se convertissent en Conference Organizer (échelle) ou en Capital Provider (investir dans les entreprises des membres). Sur le spectre schemes-et-extraction, la ligne honnête est mince : une communauté construite authentiquement comme infrastructure d'appartenance versus une construite comme entonnoir de vente de cours ou de FOMO de token sont des machines structurellement similaires pointées vers des fins différentes — les gestionnaires de Telegram payés et la 'communauté-comme-pipeline-de-vente' sont la version extractive. Réalité du levier (voir Naval, 2018) : le Community Organizer n'a aucune forme de levier direct — seulement du capital social (Media) et des bénévoles (Labor) — ce qui est exactement pourquoi le rôle n'est presque jamais une destination finale ; la conversion est la monétisation. Le piège du bénévolat est le résultat par défaut si aucun mécanisme économique n'existe au Mois 6, donc le coup durable convertit le capital social en honoraires d'advisory d'un Connector, en deal flow d'un Capital Provider ou en revenus de sponsoring d'un Conference Organizer.

Modes d'échec

Confondre audience et communauté. L'Educator a une audience ; le Community Organizer construit des relations. Une audience, ce sont des gens qui consomment du contenu ; une communauté, ce sont des gens qui interagissent entre eux. Le test : si l'organisateur disparaît, la communauté continue-t-elle ? Si non, c'était une audience. **Construire sur un terrain loué.** Discord, Telegram et Slack sont des plateformes qui peuvent supprimer ta communauté ou changer leurs conditions. Le fossé du Community Organizer, ce sont des relations directes — adresses e-mail, numéros de téléphone, connexions dans le monde réel — pas la plateforme. **Aucun mécanisme économique.** Construire une communauté sans chemin vers la monétisation est de la philanthropie. Le mécanisme doit être clair au Mois 6.

Quand entrer

Phases 1–3. La Phase 1 est la meilleure entrée — fonder la communauté avant le pic du hype signifie faible concurrence et forte valeur pour les premiers participants. La Phase 3 (creux) est aussi viable : la communauté qui survit au bust est la plus précieuse car elle contient les praticiens qui comprennent réellement la technologie. Souvent plus rapide que fonder : reprendre un meetup ou une communauté en cours dont l'organisateur s'épuise ou passe à autre chose — les groupes Meetup.com changent régulièrement de mains ainsi, et tu hérites d'une adhésion existante au lieu d'en construire une de zéro.

Phase 1–4 = les phases du cycle du hype (carte complète dans la Partie 3).

Lacune de compétences

La plupart des Community Organizers sont forts pour rassembler les gens mais faibles en planification de monétisation. Le manque, c'est une réponse claire à : vers quoi cette communauté construit-elle ? Chaque engagement devrait construire vers un mécanisme économique — revenu d'événement, sponsoring, conseil ou investissement.

OUTILS DU JOUR 1

- **Meetup.com or Lu.ma** — Plateforme d'événements pour organiser et annoncer des meetups, gratuit ou à partir de 10 €/mois.
- **WhatsApp or Telegram** — Canal de communication pour les échanges entre meetups, gratuit.
- **Lu.ma or Eventbrite** — Héberge la page de l'événement, gratuit.
- **Google Docs** — Rédiger et partager les comptes rendus d'après-meetup, gratuit.

OUTILS D'IA À UTILISER

- Common Room ou Orbit suivent la santé de la communauté et automatisent les séquences de bienvenue, enrichis par Claude pour des réponses personnalisées aux posts de présentation.
- Common Room fait remonter les meilleures conversations et les contributeurs montants pour un digest hebdomadaire, Claude ajoutant le cadrage narratif.
- Chatbase ou Intercom Fin alimentent un bot FAQ qui résout les questions en plusieurs étapes et escalade les cas limites vers des humains.
- Des notes de réunion ou un transcript d'enregistrement sont transformés en un post de récapitulatif communautaire structuré en environ 90 secondes.
- Orbit suit les scores de contribution et les jalons, déclenchant des messages de reconnaissance vers ta plateforme communautaire via webhook.
- Common Room fournit les tendances de sentiment et les métriques d'engagement, enrichis par Claude pour l'analyse qualitative des fils signalés.

LISTE DE LECTURES

- **The Art of Community — Jono Bacon** — Le canon central de l'artisanat communautaire pour apprendre la discipline de construire et d'entretenir une communauté.
- **Swarmwise — Rick Falkvinge** — Les règles de dimensionnement sans détour — 7 le plus petit groupe significatif, 30 le seuil suivant, 150 la limite supérieure — et pourquoi des réunions à rythme hebdomadaire l'emportent sur un contact irrégulier.
- **The Art of Gathering — Priya Parker** — Pourquoi la plupart des meetups sont ennuyeux et comment concevoir des rassemblements qui fonctionnent vraiment.
- **Buzzing Communities — Richard Millington** — Comment identifier et cultiver tes membres fidèles essentiels.



The Developer

81%

Comment ce % est construit : **74.2 points d'attraction** · **6.8 points de crédit contre-profil** (les opposés ne t'attirent pas) · 0 points de terrain neutre.

POURQUOI C'EST TON RÔLE #2

Le cœur de ce résultat est direct : tu as construit des systèmes techniques, tu l'as fait avec un plaisir maximal, et tu peux écrire du code ou créer des prototypes — là encore au niveau le plus élevé. Ce n'est pas une auto-évaluation timide, c'est un signal de compétence ancré dans l'expérience. Deux autres réponses viennent renforcer le tableau avec une précision presque clinique : tu considères que ton meilleur travail est de l'infrastructure — le genre de chose qu'on remarque seulement quand elle casse — ce qui révèle une pensée systémique orientée vers la robustesse invisible plutôt que vers la visibilité. Et ta réponse sur le fait d'être en caméra ou sur scène te vide de ton énergie, même quand le contenu est bon, est un marqueur de tolérance à la friction sociale : tu ne fuis pas les gens, tu fuis la performance publique. En pratique, tu es le genre de personne qui résout un problème AI en construisant un pipeline propre à 23h, seul, et qui ressent une vraie satisfaction quand ça tourne enfin — sans avoir besoin que quelqu'un le voie. Dans l'écosystème actuel, ça se traduit par des rôles comme construire des intégrations d'API autour de modèles comme GPT-4 ou Claude, automatiser des workflows, ou poser la fondation technique d'un produit AI que d'autres vont ensuite vendre et promouvoir. La tension à surveiller : ton désaccord fort avec l'idée de penser au *quoi* et au *pourquoi* avant le *comment* peut te faire construire des choses magnifiquement conçues mais mal orientées marché — trouver un partenaire product-minded n'est pas une faiblesse, c'est une stratégie.

COMMENT SE DÉCOMPOSE TON 81%

Pain Tolerance	×20%		55%
Energy & Drive	×20%		83%
Thinking Style	×20%		67%
Experience	×20%		100%
Skills	×20%		100%

Les cinq dimensions pondérées derrière ton score. Le chiffre du milieu est le poids de chaque dimension dans le nombre final ; la barre indique à quel point tes réponses y ont marqué.

Le Developer construit la technologie qui alimente l'écosystème. Dans un cycle du hype, les developers sont en pic de demande — mais pas tous les developers également. L'application developer qui implémente des intégrations LLM est demandé. Le developer qui comprend pourquoi son architecture a du sens, écrit publiquement sur ce qu'il apprend et contribue aux outils que tous les autres utilisent : ce developer-là est irremplaçable. Le mécanisme économique : Skills > salaire (\$80–180K) ou taux freelance (€100–250/heure pour les spécialisations proches de l'IA) > réputation > rôles à plus fort levier (Staff Engineer, Tech Lead, Founding Engineer, CTO, Founder). Dans la vague Linux/Open-Source, c'était l'ingénieur kernel employé par une firme — Alan Cox et Greg Kroah-Hartman chez Red Hat et SUSE — le contraste net avec l'Open-Source Contributor non payé, guidé par la réputation.

TON TYPE DE PERSONNALITÉ DANS CE RÔLE

Le Developer est un rôle à friction réelle pour tes préférences ENTP : les profils les plus solides dans ce rôle sont ISTJ et ISTP selon les données Capretz, soit l'exact opposé de ton profil sur trois lettres. Ton Ti auxiliaire te permet de modéliser un problème d'architecture AI avec rigueur, et ton Ne voit les edge cases que d'autres ratent. Mais l'exécution longue — déboguer, refactoriser, livrer proprement — résiste à ton câblage. Tu excelleras sur les phases d'exploration et de prototypage d'un pipeline LLM ; tu devras compenser activement sur la phase de finition, idéalement en t'associant à un profil SI-dominant qui ferme ce que tu ouvres.

Comment tu gagnes de l'argent

Direct : salaire (\$80–180K junior-à-senior dans les entreprises tech en Phase 2–3), taux freelance (€100–250/heure pour les spécialisations proches de l'IA), ou equity. Indirect (la vraie capitalisation) : track record > CTO, Founding Engineer, ou Founder — la conversion que le playbook signale comme la voie à plus fort levier du Developer. Le Developer qui ne fait que coder est banalisé par le temps et coincé à heures-fois-taux ; celui qui construit en public et documente ses décisions capitalise sa réputation comme l'Analyst capitalise sa crédibilité. Premier signal réaliste : un developer Python à Vienne qui a passé 6 mois à apprendre l'intégration LLM, publié 4 projets GitHub et 3 articles de blog techniques, est maintenant founding engineer dans une startup d'IA à €95K + equity. Le schéma dont il faut éviter d'être du mauvais côté : se faire instrumentaliser — construire des produits sans voir que le modèle économique est extractif (les ingénieurs de la backdoor FTX/Alameda). La sortie économique la plus rapide est Freelancer (Implementation) : portfolio GitHub > travail client > tarifs premium.

Modes d'échec

L'enfer des tutoriels. Regarder des tutoriels sur la construction de choses au lieu de construire des choses. Comprendre une explication n'est pas la même chose que pouvoir construire quelque chose. Après le premier tutoriel dans n'importe quel domaine : ferme le navigateur, ouvre un éditeur et essaie de construire quelque chose d'adjacent. **Aucune visibilité.** Un code que personne ne lit a la moitié de l'impact de carrière d'un code avec lequel les gens interagissent. Le projet de portfolio sans README expliquant les décisions, la contribution GitHub sans article de blog sur ce que tu as appris — tout cela est du levier manqué. La visibilité n'est pas de la vantardise ; c'est rendre ton travail lisible pour les gens qui pourraient vouloir t'embaucher. **Le stack-hopping.** Un nouveau framework sort toutes les trois semaines rien qu'en JavaScript. Le developer qui essaie chacun « pour rester à jour » ne bâtit ni profondeur ni portfolio cohérent. Choisis un langage backend, une approche frontend, un stack d'intégration IA — et va en profondeur.

Quand entrer

Phases 1–3. La Phase 2 est la période de plus forte demande pour les application developers. Entrer en Phase 1 bâtit les compétences avant que le marché n'atteigne son pic — le developer qui entre en Phase 1 avec une spécialisation claire est un spécialiste senior d'ici la Phase 2.

Phase 1–4 = les phases du cycle du hype (carte complète dans la Partie 3).

Lacune de compétences

La plupart des Developers ont les compétences techniques mais n'ont pas appris à rendre leur travail lisible. L'écart est presque toujours la visibilité : le README GitHub qui explique les décisions (pas seulement le code), l'article de blog sur ce que tu as appris, l'article technique sur un insight non évident. Deux developers aux compétences égales auront systématiquement des carrières différentes dans 2–3 ans selon celui qui construit en public.

OUTILS DU JOUR 1

- **VS Code or Cursor** — Éditeur de code gratuit, Cursor ajoutant par-dessus un codage assisté par IA.
- **GitHub** — Contrôle de version gratuit pour héberger du code et collaborer dessus.

- **OpenAI, Anthropic, or Google AI Studio** — API de LLM avec des paliers gratuits pour construire des fonctionnalités propulsées par l'IA.
- **Docker + docker-compose** — Configuration d'environnement local gratuite, essentielle pour le développement backend.
- **Postgres (local + Supabase / Neon)** — Base de données relationnelle à palier gratuit pour le travail backend local et managé.
- **Next.js** — Framework frontend gratuit pour construire des applications web modernes.
- **Tailwind CSS + shadcn/ui** — Système de style et de composants gratuit pour une UI rapide et cohérente.

OUTILS D'IA À UTILISER

- Exécute CodeRabbit ou Qodo AI pour une revue de code par IA instantanée avec des commentaires en ligne sur chaque PR, plus cohérente qu'une GitHub Action ad hoc plus des appels de LLM.
- Génère des suggestions de tests alignées sur ton framework avec Qodo AI, et utilise Claude pour les spécifications comportementales complexes et la logique des tests d'intégration.
- Trie les vulnérabilités des dépendances avec Snyk dans la CI/CD pour prioriser les alertes Dependabot exploitables, et esquisse des approches de remédiation avec Claude.
- Décris une décision d'architecture en texte clair pour obtenir un ADR formaté avec contexte, alternatives et conséquences.
- Garde la documentation synchronisée en utilisant Swimm pour signaler les changements de code qui cassent la documentation, et Mintlify pour générer des docstrings pour les nouvelles fonctions.
- Transforme un diff en un message de commit conventionnel suggéré avec le bon type, la bonne portée et la bonne description.

LISTE DE LECTURES

- **Deep Work** — **Cal Newport** — Comment protéger ta concentration pour le développement de compétences profondes qu'exige ce rôle.
- **Learn in Public** — **Shawn Wang (Swyx)** — Le conseil de carrière fondamental pour les Developer, et gratuit à lire.
- **Designing Data-Intensive Applications** — **Martin Kleppmann** — Des modèles mentaux fondamentaux sur la façon dont les systèmes cassent et pourquoi — obligatoire pour les développeurs backend.
- **The Pragmatic Programmer** — **Hunt & Thomas** — Les habitudes de développement professionnel qui séparent les développeurs actifs des amateurs.
- **A Philosophy of Software Design** — **John Ousterhout** — Sur la réduction de la complexité — plus utile que Clean Code pour de nombreux développeurs.
- **The Staff Engineer's Path** — **Tanya Reilly** — Pour les développeurs visant des rôles seniors de contributeur individuel sans passer au management.



The Conference Organizer

74%

Comment ce % est construit : **71.9 points d'attraction** · **2.5 points de crédit contre-profil** (les opposés ne t'attirent pas) · 0 points de terrain neutre.

POURQUOI C'EST TON RÔLE #3

Le moteur central ici est la même expérience d'organisation que pour le Community Organizer — avec plaisir maximal — mais ce qui distingue ce rôle, c'est une réponse qui l'accompagne et que peu de gens donnent à ce niveau : tu es à l'aise pour demander une faveur à quelqu'un que tu connais à peine. C'est un signal de tolérance à la friction sociale et à l'asymétrie relationnelle — exactement ce que demande la logistique d'un événement, où il faut constamment solliciter des intervenants, des sponsors, des partenaires sans avoir encore de légitimité établie. Ce signal est renforcé par ta capacité déclarée à gérer un projet avec plusieurs parties prenantes et des priorités concurrentes, une compétence d'exécution concrète qui distingue celui qui rêve d'organiser de celui qui le fait réellement. En pratique, tu es à l'aise dans le chaos coordonné : dix fils en parallèle, des gens qui se désistent, des contraintes de dernière minute — et tu trouves ça stimulant plutôt qu'épuisant, comme le confirme ta réponse sur les journées de réunions dos-à-dos. Dans le monde AI, ça se traduit par des formats comme des AI summits locaux, des demo days autour de nouvelles applications, ou des formats de type "office hours" qui mettent en contact des builders et des investisseurs. La tension à surveiller : le Conference Organizer crée de la valeur pour tout le monde sauf parfois pour lui-même — assure-toi que chaque événement que tu construis t'ouvre une porte, pas seulement aux autres.

COMMENT SE DÉCOMPOSE TON 74%

Pain Tolerance	×20%		53%
Energy & Drive	×20%		77%
Thinking Style	×20%		60%
Experience	×20%		82%
Skills	×20%		100%

Les cinq dimensions pondérées derrière ton score. Le chiffre du milieu est le poids de chaque dimension dans le nombre final ; la barre indique à quel point tes réponses y ont marqué.

Le Conference Organizer crée des événements récurrents qui fonctionnent comme une infrastructure de marché. Dans un cycle du hype, chaque entreprise veut être dans la même salle que ses clients, employés et investisseurs potentiels. Le Conference Organizer contrôle l'accès à cette salle. Le rôle est profondément sous-estimé — la plupart des gens pensent à la scène (marque, intervenants, lieu) mais le vrai travail, c'est la logistique, la vente de sponsoring et la gestion des relations. Ceux qui réussissent sur le long terme sont des opérateurs d'abord, des visionnaires ensuite. La sortie à plus fort levier est le modèle CoinDesk : marque de conférence > marque média > plateforme publicitaire. Dans la vague Linux/Open-Source, c'étaient LinuxWorld Expo (commercial, IDG) et FOSDEM (communauté) — la même économie d'événement à deux versants un cycle plus tôt.

TON TYPE DE PERSONNALITÉ DANS CE RÔLE

La résonance MBTI pour ce rôle pointe vers Fe + J et les profils SP pour l'exécution terrain — deux dimensions où tes préférences ENTP sont absentes. Ce n'est pas rédhibitoire : ton Ne génère des line-ups de speakers AI inattendus et ton énergie extravertie vend la vision de l'événement avant même que le lieu soit réservé. Le piège est logistique et prévisible. La mécanique d'une conférence — contrats, catering, timings au quart d'heure — est exactement le type de clôture opérationnelle que le pattern "starts more than finishes" (voir Section 9) sabote. Sans un co-organisateur J-dominant pour tenir le rétroplanning, tu livres une idée brillante et un chaos exécutif.

Comment tu gagnes de l'argent

Marché à deux versants : les participants et intervenants veulent l'accès ; les sponsors veulent l'accès à cette audience. Les recettes de billetterie couvrent rarement les coûts dans les premiers stades — les sponsorings sont le vrai moteur de revenu. Une conférence tech régionale de 200-300 participants génère typiquement €30-80K/an de sponsorings ; une conférence sectorielle de 1 000 personnes génère €200-500K. Modèle Executive Roundtable (30-80 personnes, sur invitation) : frais de participation et retombées de conseil. Sur le spectre des schémas, la dérive extractive est le pay-to-speak (créneaux de keynote à \$50-200k vendus comme 'contenu curé') et les stands d'expo loués à des projets frauduleux — chaque rôle a son schéma d'extraction, et celui du Conference Organizer est de vendre la scène plutôt que de la curer. Réalité du levier (voir Naval, 2018) : le rôle porte un vrai levier Capital (fonds de roulement pour les événements) plus du Labor (personnel) et un actif Media (la marque de la conférence) — c'est pourquoi la voie CoinDesk (marque de conférence > marque média > plateforme publicitaire) est la sortie à plus fort levier. Le risque structurel est l'inverse : un revenu dépendant du hype plus des coûts fixes signifie qu'un bust peut transformer la même machine en source de pertes, donc le coup durable convertit la marque en un actif média ou communautaire à l'année avant que le cycle ne tourne.

Modes d'échec

Démarrer trop grand. Le premier événement devrait faire 20–30 personnes, espace de coworking, budget €500–2 000. Démarrer avec un événement de 200 personnes avant que le format ne soit validé est un risque financier. **Dépendance au sponsoring sans qualité des participants.** Les sponsors paient pour accéder à ton audience. Si la qualité des participants est basse (non-décideurs, étudiants, chercheurs d'emploi sans autorité), les sponsors ne reviennent pas. Qualité des participants avant l'échelle du sponsoring. **Ne pas construire d'infrastructure récurrente.** Un événement ponctuel est un événement ; une série est une infrastructure. La valeur du Conference Organizer vient de la prévisibilité annuelle — les entreprises peuvent planifier leurs budgets autour.

Quand entrer

Phases 1–3. Une entrée en Phase 1 construit la marque avant le pic du marché. La Phase 3 (creux) est le moment le plus difficile pour les organisateurs de conférences — mais survivre au creux construit la marque la plus défendable. Souvent une voie plus rapide que démarrer à froid : reprendre un événement régional ou une track en difficulté ou marqué par la fatigue du fondateur, où tu hérites de la marque, de la liste des sponsors et de la base de participants fidèles au lieu de reconstruire les trois à partir de rien.

Phase 1–4 = les phases du cycle du hype (carte complète dans la Partie 3).

Lacune de compétences

La plupart des aspirants Conference Organizers ont la vision de l'événement mais sous-estiment la dimension vente de sponsoring. Le manque, c'est la capacité à contacter des sponsors potentiels par e-mail à froid sans présentation chaude — et à vendre avec confiance sur la valeur avant que le track record n'existe.

OUTILS DU JOUR 1

- **Luma** — Inscription aux événements et RSVP, gratuit.
- **Eventbrite** — Billetterie pour les événements payants, 3,5 % + 1,59 €/billet.
- **Notion public page / Framer** — Construit le site web de l'événement et la landing page, gratuit.
- **Papercall.io** — Collecter et gérer les candidatures des intervenants, gratuit.
- **Mailchimp** — Communiquer avec les participants, gratuit jusqu'à 500.
- **Notion database** — Fait tourner le CRM de sponsoring, gratuit.
- **Beehiiv** — Envoie la newsletter d'après-événement, gratuit jusqu'à 2 500.

OUTILS D'IA À UTILISER

- La recherche d'intervenants est automatisée en agrégeant les conférences récentes, LinkedIn et les publications dans un briefing d'une page pour l'évaluation et la prise de contact.
- Un profil d'entreprise est transformé en une proposition de valeur de sponsoring sur mesure pour chaque prospect, plutôt qu'un deck générique.
- Castmagic fait tourner le pipeline d'après-événement, transformant l'enregistrement d'une session en transcript, clips sociaux et brouillon de blog sans montage manuel.
- Braindate ou Grip alimentent le matchmaking IA des participants, Whova offrant des fonctions intégrées de matchmaking et d'agenda pour les événements plus petits.
- Des séquences automatisées envoient des e-mails personnalisés de confirmation, de rappel et de suivi d'après-événement pour la liste d'attente et l'inscription.
- Les données d'engagement des participants génèrent automatiquement un rapport de ROI sponsor d'après-événement pour justifier le renouvellement.

LISTE DE LECTURES

- **The Art of Gathering — Priya Parker** — Une remise en question fondamentale des raisons pour lesquelles les rassemblements réussissent ou échouent — le livre le plus important pour ce rôle.
- **Conferences That Work — Adrian Segar** — La conception d'événements pilotée par les participants comme antidote aux formats de conférence passifs.
- **UnSelling — Scott Stratten** — Le développement commercial fondé sur la relation, essentiel pour l'acquisition de sponsors et d'intervenants.
- **The New Rules of Marketing & PR — David Meerman Scott** — Le marketing de contenu comme distribution pour les marques d'événements.
- **Community: The Structure of Belonging — Peter Block** — La réflexion la plus profonde sur ce qui fait tenir les communautés, utile une fois que tu as plus de 200 participants.
- **The Business of Events Management — Bowdin et al.** — Une référence opérationnelle complète pour passer à l'échelle des événements payants avec une vraie logistique.

Tes rôles restants

Rôles #4 et #5 — présents dans ton profil, pertinents comme rôles de soutien.

RÔLE #4



The Open-Source Contributor

74%

L'Open-Source Contributor bâtit réputation, compétences et réseau via des contributions à des projets open-source. Les PR mergées sont les diplômes — visibles, vérifiables, permanents.

MONÉTISATION

La monétisation directe est le cas le plus difficile du playbook et presque toujours minimale — subventions et sponsoring (GitHub Sponsors), significatifs seulement au niveau maintenir : Caleb Porzio l'a porté à \$112K/an pour Livewire/Alpine.js, Evan You soutient Vite/Vue à plein temps.

LACUNE DE COMPÉTENCES CLÉ

La plupart des contributeurs ont les compétences techniques mais sous-estiment la dimension relationnelle et communicationnelle.

FAIS ATTENTION À

Commencer par le code au lieu de lire.

RÔLE #5



The Implementation Freelancer

73%

L'Implementation Freelancer vend de l'exécution plutôt que du conseil — des compétences rares converties en revenu projet à travers de nombreux engagements courts. Dans un cycle du hype, les tarifs freelance dans une compétence recherchée culminent à 300–500 €/heure en Phase 3.

MONÉTISATION

Revenu projet direct dès le premier jour.

LACUNE DE COMPÉTENCES CLÉ

La plupart des Implementation Freelancers sont forts en delivery mais faibles en positionnement.

FAIS ATTENTION À

Piège de la commodité.

Ton top cinq × ta personnalité

Tes cinq dimensions classent ces rôles par adéquation. Par-dessus s'ajoute une seconde lentille indépendante — ton type autodéclaré (ENTP) : lesquels de tes rôles les mieux notés ton tempérament tend à faire résonner, et lesquels s'appuient sur les forces avec lesquelles tu mènes déjà. Là où le score et la personnalité s'accordent, tu peux avancer avec plus de conviction ; là où ils divergent, ça vaut un regard plus attentif. C'est un contre-contrôle — délibérément pas une partie du score.

#1	The Community Organizer ○ Type : neutre pour un tempérament ENTP	90%
#2	The Developer ○ Type : neutre pour un tempérament ENTP	81%
#3	The Conference Organizer ○ Type : neutre pour un tempérament ENTP	74%
#4	The Open-Source Contributor ○ Type : neutre pour un tempérament ENTP	74%
#5	The Implementation Freelancer ○ Type : neutre pour un tempérament ENTP	73%

CE QUE DIT LE RECOUPEMENT

0 de ton top cinq résonnent avec un tempérament ENTP. Ton #1, The Community Organizer, n'est pas une voie ENTP classique — pas un signal d'alarme, mais une invitation à vérifier honnêtement si son quotidien t'énergiserait.

La résonance est ancrée dans la carte Rôle × MBTI derrière ce rapport et reflète le point du tableau des résultats complets. Traite-la comme une hypothèse, pas un verdict — si un rôle « neutre » te correspond clairement, fais-lui confiance plutôt qu'à l'étiquette.

Combinaisons de synergie

Tu n'es pas obligé de choisir un seul rôle. Certains de tes principaux rôles se renforcent mutuellement — l'un construit l'audience, l'autre la convertit ; l'un source l'affaire, l'autre la conclut. Il y a deux façons de jouer un tandem : évoluer toi-même vers le second rôle au fil du temps (la plupart des gens ajoutent des rôles à mesure que le premier mûrit), ou faire équipe avec un partenaire qui l'incarne déjà. Les combinaisons ci-dessous sont tirées de ton propre top cinq — pour chacune, tu vois quels deux rôles s'accordent et le mécanisme concret qui les fait composer plutôt que se concurrencer.

The Community Organizer + The Conference Organizer

Community Organizer + Conference Organizer : la communauté fournit la base de participants éprouvée qui rend une conférence viable dès la première édition. La plupart des conférences à succès ont commencé comme des communautés car l'organisateur savait déjà quelles 200 personnes se présenteraient, ce qu'elles voulaient discuter et quels sponsors voulaient y accéder. La réduction du risque est structurelle : une conférence sans communauté est un pari sur la marque ; une conférence avec une communauté existante est une conversion d'une relation existante.

The Developer + The Open-Source Contributor

Developer + Open-Source : les contributions à des projets largement utilisés sont des preuves de portfolio qu'aucun projet construit soi-même ne peut répliquer — elles démontrent la capacité à travailler dans une codebase existante, à communiquer avec les maintainers et à écrire du code qui résiste à une review d'experts. La boucle auto-renforçante : le Developer qui contribue à un projet que d'autres utilisent devient visible pour tous ceux qui l'utilisent, générant des signaux d'embauche à grande échelle. Le point d'entrée que la plupart des gens sautent : la Semaine 1 consiste à lire la codebase et les issues, pas à écrire du code.

The Developer + The Implementation Freelancer

Developer + Implementation Freelancer : les compétences techniques sont le produit ; le positionnement est la distribution. Le portfolio GitHub plus une description en une phrase du problème précis que tu résous est le positionnement freelance le plus efficace disponible pour les rôles techniques — il remplace le démarchage à froid par de l'intérêt entrant de la part de gens qui voient déjà la capacité. Le seul failure mode : un portfolio GitHub plein de projets tutoriels et aucune description de ce que tu as construit ou pourquoi. Documente les décisions, pas seulement le code.

The Open-Source Contributor + The Implementation Freelancer

Open-Source + Implementation Freelancer : le guide nomme l'Implementation Freelancer comme l'ajustement adjacent direct pour le contributeur qui ne peut tolérer l'économie donner-son-travail-réputation-d'abord-argent-plus-tard — travail de projet payé, aucune construction de portfolio requise. Mais menés en tandem plutôt qu'en alternative, ils se renforcent : les PR mergées dans les frameworks qu'utilisent les clients du freelancer sont une preuve vérifiable de capacité qui remplace le démarchage à froid, et les missions freelance financent le temps de contribution non payé. La compréhension démontrée du contributeur — un commentaire d'issue qui diagnostique une root cause — est exactement la crédibilité dont un freelancer a besoin pour facturer des tarifs premium sans argumentaire de vente.

Où tu galérerais

Savoir où tu *ne* corresponds pas est aussi utile que savoir où tu corresponds — les erreurs de carrière les plus coûteuses viennent du fait de forcer un rôle qui combat ta nature. Voici les deux rôles auxquels tes réponses correspondent le moins : pas un verdict sur ta capacité, mais une lecture honnête de là où le quotidien te viderait au lieu de t'énergiser. Pour chacun tu vois aussi *pourquoi* — les traits sur lesquels le rôle s'appuie le plus, et où tes réponses ont atterri. Lis-le comme un garde-fou.

DERNIER The Arbitrageur

41%

Tu serais rapidement épuisé comme Arbitrageur parce que ce rôle exige une vigilance constante sur les inefficacités de marché et une extraction de valeur souvent opaque—exactement le contraire de la transparence et de l'alignement collectif qui te motivent comme Community Organizer. Là où tu prospères en construisant de la confiance et de l'engagement partagé, l'Arbitrageur doit rester silencieux sur ses avantages informationnels, vendre avant que le marché ne comprenne, et optimiser pour son propre profit face à celui des autres—une tension éthique permanente qui grugerait ton énergie bien plus que tu ne pourrais la canaliser.

TES CINQ DIMENSIONS POUR CE RÔLE

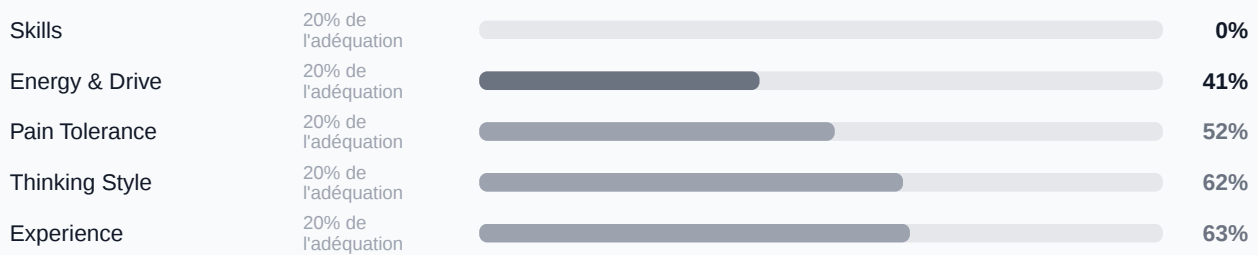


Les cinq dimensions sur lesquelles ce rôle est noté, triées selon là où l'écart fait le plus mal. Là où ta barre est courte, tes réponses ont marqué bas sur exactement ce que le rôle récompense — c'est pourquoi il te correspond le moins.

QUESTIONS OÙ TU AURAS PU MARQUER — MAIS OÙ TU NE L'AS PAS FAIT

- I'm comfortable with financial models, spreadsheets, and unit economics.
Ta réponse : Strongly Disagree (1/7) · Skills
- A Saturday where I finally understood a pattern nobody else has seen yet is a great Saturday.
Ta réponse : Strongly Disagree (1/7) · Energy & Drive

TES CINQ DIMENSIONS POUR CE RÔLE



Les cinq dimensions sur lesquelles ce rôle est noté, triées selon là où l'écart fait le plus mal. Là où ta barre est courte, tes réponses ont marqué bas sur exactement ce que le rôle récompense — c'est pourquoi il te correspond le moins.

QUESTIONS OÙ TU AURAS PU MARQUER — MAIS OÙ TU NE L'AS PAS FAIT

- A Saturday where I finally understood a pattern nobody else has seen yet is a great Saturday.
Ta réponse : Strongly Disagree (1/7) · Energy & Drive
- I wrote a 5,000-word analysis. It got 12 likes. A meme about the same topic got 50,000. I'd write the next analysis anyway.
Ta réponse : Strongly Disagree (1/7) · Pain Tolerance

Marché & acteurs de ta région

Généré par IA à partir d'une recherche web en direct sur ta géographie et ta verticale, au mieux — des points de départ à vérifier, pas des recommandations validées.

The Community Organizer

Demand. Tu cherches à animer des communautés autour de l'IA en immobilier au Royaume-Uni, mais les sources ne révèlent pas de demande spécifique pour ce croisement secteur-géographie. DeepLearning.AI organise 700+ événements dans 50+ pays avec 70K+ participants, regroupant "des étudiants, chercheurs, ingénieurs et entrepreneurs passionnés par l'apprentissage de l'IA" — tu vois là un modèle d'engagement global, pas une traction immobilière britannique documentée.

Competitors. DeepLearning.AI (source: <https://www.deeplearning.ai/events>) et OpenAI (source: VentureBeat) animent des forums et événements communautaires IA. Au-delà, ces sources ne désignent pas de concurrents nommés opérant dans la couche communautaire immobilière britannique ; traite plutôt la structure de demande ci-dessus comme ton point d'orientation.

Market structure. Le marché global des événements IA est fragmenté par géographie et vertical, animé par des plateformes généralistes (DeepLearning.AI, OpenAI) qui déploient un modèle d'ambassadeur décentralisé. Ces sources ne précisent pas comment la couche communautaire s'organise en immobilier ni au Royaume-Uni — tu opères sur un terrain peu balisé par la littérature secteur.

The Developer

Demand. En immobilier britannique, tu dois servir des constructeurs et des promoteurs qui cherchent à automatiser la planification, l'exécution et la validation de projets — des outils comme ceux de Verdent adressent le fossé entre l'idée et le produit livré, permettant aux petites équipes et aux développeurs indépendants de déployer sans embaucher (voir Verdent). Les sources mentionnent aussi que les algorithmes de matching acheteur-vendeur et les outils de visualisation spatiale (VR/AR) gagnent du terrain dans le secteur (InsiteVR et GeoPogo dans l'architecture et la construction ; voir VentureBeat sur AR et agrégation de données).

Competitors. Verdent apparaît comme plateforme d'ingénierie IA native pour les constructeurs (voir VentureBeat). Unreal Estate est nommé pour des outils d'optimisation du matching acheteur-vendeur (voir VentureBeat 2023). InsiteVR et GeoPogo sont cités pour applications VR/AR en architecture et construction (voir VentureBeat sur AR). Au-delà de ces noms, ces sources ne surfacent pas d'autres concurrents directs dans la couche dev-services immobilier au Royaume-Uni.

Market structure. Le marché reste fragmenté et émergent : les outils d'IA pour la construction évoluent d'une assistance à l'exécution véritable, mais il existe un écart majeur entre les équipes d'infra classiques et les développeurs d'IA agentics (voir VentureBeat sur la production d'IA). Les joueurs sont dispersés par cas d'usage (e-commerce, CRM, outils internes) plutôt que consolidés, et les sources suggèrent une adoption précoce parmi les fondateurs et petites équipes.

The Conference Organizer

Demand. Tu organises des conférences pour un marché immobilier britannique confronté à la transformation IA. Les sources montrent une demande forte pour des événements IA destinés aux professionnels et aux cadres dirigeants — RAISE attire 9 000 leaders IA et cadres C-suite selon SemiAnalysis, tandis que DeepLearning.AI a organisé plus de 700 événements dans 50+ pays avec 70 000+ participants. Les organisateurs recherchent des formats mêlant panneaux d'experts, apprentissage pratique auprès de mentors, et réseautage avec des pairs sectoriels; cela suggère une appétence pour des événements hybrides et localisés combinant contenus haut de gamme et accessibilité.

Competitors. DeepLearning.AI (voir sources 1, 2, 5) organise une infrastructure d'événements mondial via son programme Pie & AI, tandis que SemiAnalysis gère RAISE, un sommet IA majeur pour cadres (voir source 3). VentureBeat propose également une programmation événementielle dédiée à la tech transformative (voir source 6). Ces sources ne mettent en avant aucun concurrent nommé spécifiquement ancré dans l'immobilier britannique; traite cette demande et cette structure comme tes points de départ.

Market structure. Le marché des conférences IA est dominé par des acteurs globaux offrant une déclinaison locale — DeepLearning.AI fonctionne via un modèle distribué d'ambassadeurs organisant des événements Pie & AI dans leurs villes, tandis que RAISE et les événements VentureBeat ciblent les cadres et décideurs en haut de pyramide. Les sources indiquent une fragmentation géographique avec des événements décentralisés, mais une concentration de la visibilité autour de quelques grandes marques événementielles IA bien établies.

SOURCES

Events - DeepLearning.AI — <https://www.deeplearning.ai/events>

DeepLearning.AI — <https://community.deeplearning.ai/>

OpenAI announces invitation-only community forum | VentureBeat — <https://venturebeat.com/ai/openai-announces-invitation-only-community-forum>

About The DeepLearning.AI Community — <https://www.deeplearning.ai/community>

Verdent: The World's First AI Engineering Team for Builders | VentureBeat — <https://venturebeat.com/business/verdant-the-worlds-first-ai-engineering-team-for-builders>

10 startups to watch in 2023 amid economic shifts | VentureBeat — <https://venturebeat.com/enterprise-analytics/10-recently-funded-tech-startups-to-watch-in-2023>

Scaling AI into production is forcing a rethink of enterprise infrastructure | VentureBeat — <https://venturebeat.com/orchestration/scaling-ai-into-production-is-forcing-a-rethink-of-enterprise-infrastructure>

AR will build upon data aggregation's disruption of real estate | VentureBeat — <https://venturebeat.com/ai/ar-will-build-upon-data-aggregations-disruption-of-real-estate>

AI Dev 26 x SF | AI Developer Conference — <https://ai-dev.deeplearning.ai/>

Join Exclusive Tech Events with SemiAnalysis! — <https://semianalysis.com/semianalysis-events/>

AI Dev x NYC - AI Developer Conference - DeepLearning.AI — <https://ai-dev.deeplearning.ai/past-events/nyc>

Où en est Intelligence artificielle en ce moment

Phase 3 (Hype), premières fissures de la Phase 4 évalué 2026-07 · confiance medium

La vague IA post-ChatGPT est sans ambiguïté au pic du Hype (Phase 3) : l'IA a capté ~80 % de tout le VC mondial au T1 2026, ChatGPT a franchi les ~1 Md d'utilisateurs hebdomadaires, et la prime salariale pour les compétences IA a atteint 56 %. Mais les signes précurseurs de la Phase 4 sont désormais visibles et se multiplient — un réseau de financement circulaire Nvidia/OpenAI/Oracle d'environ ~800 Md\$ sous surveillance, des soubresauts sur les marchés publics (arrêt du KOSPI, pire chute de Nvidia en 10 mois), une étude ROI virale du MIT (« 95 % des pilotes échouent »), et 95+ fermetures de startups plus des reverse-acqui-hires en 18 mois. Les labos de pointe se consolident et la régulation arrive, mais aucun effondrement généralisé n'a frappé — capital et adoption écrasent encore les signaux de tri, donc on est en fin de Phase 3 qui bascule vers la 4, pas encore la 4.

Sept critères, un verdict — voici les preuves derrière le voyant Timing de la page précédente, évaluées selon le même modèle à cinq phases expliqué dans la Partie 2 :

Flux de capitaux Phase 3	L'IA a capté ~242 Md\$ (80 %) du VC mondial au T1 2026 ; le total du venture au S1 2026 a atteint un record de 510 Md\$ [1][2]. Quatre des cinq plus gros tours jamais bouclés l'ont été au T1 2026 (OpenAI 122 Md\$, Anthropic 30 Md\$, xAI 20 Md\$) [1]. Le VC hors IA, ajusté de l'inflation, est tombé sous le niveau du T1 2020 — une concentration extrême typique du pic de hype [1].
Migration des talents Phase 3 > 4	Le baromètre de PwC montre une prime salariale de 56 % pour les compétences IA, contre 25 % un an plus tôt ; les labos de pointe paient 600 K\$–1 M\$+ avec des packages qui atteindraient le milliard [3]. Pourtant, ~120 K postes tech ont été supprimés depuis le début 2026, l'IA étant la cause la plus citée — une bifurcation où les talents proches de l'IA sont surenchéris tandis que le reste de la tech se contracte [3].
Ton médiatique et narratif Phase 3 > 4	La couverture est bruyante et clivée : Michael Burry a re-shorté Nvidia/Micron avec des avertissements apocalyptiques, Sam Altman et Goldman ont pointé une dynamique de bulle, et la « bulle de l'IA » a désormais son propre récit suivi sur Wikipedia [5][6]. Un discours de backlash/bulle aussi intense est un marqueur classique de fin de Phase 3 [4][6].
Participation grand public et retail Phase 3	ChatGPT a atteint ~900 M d'utilisateurs actifs hebdomadaires à la mi-2026 et franchi une estimation de ~1 Md en mai 2026 — la courbe d'adoption grand public la plus rapide de l'histoire de la tech ; ~1/3 des consommateurs démarrent désormais leurs recherches avec un outil IA [7]. Une saturation grand public totale est l'essence même de la Phase 3.
Régulation Phase 3 > 4	Les obligations GPAI de l'EU AI Act s'appliquent depuis août 2025 ; les pouvoirs de supervision/application de la Commission sur les GPAI sont entrés en vigueur le 2 août 2026, avec autorité de sanction [8]. Les échéances haut risque ont été assouplies en mai 2026 (Annexe III repoussée à déc. 2027) [8]. Un cadre réglementaire qui mûrit vers une application active penche vers la Phase 4.
Maturité de l'infrastructure et de l'outillage Phase 3 > 4	L'inférence LLM a chuté d'environ ~1 000x en trois ans — une production équivalente à GPT-4 coûte ~0,40 \$/M tokens en 2026 contre ~20 \$ en 2022 ; Gartner projette une baisse supplémentaire de >90 % d'ici 2030 [9]. La banalisation des tokens comprime les marges des startups « wrapper » légères alors même que la dépense IA totale grimpe (charges agentiques) [9].
Échecs et consolidation Phase 3 > 4	~95 fermetures et ~101 acquisitions parmi 196 startups IA suivies en 18 mois ; les géants de la tech ont dépensé 20 Md\$+ en reverse-acqui-hires (Humane, Limitless) pour contourner l'antitrust [10]. Les startups wrapper sont mortes quand les marges sont tombées sous 20 % ; les analystes s'attendent à ce que 70–90 % des startups IA échouent ou se vendent à bas prix dans les 18 mois [10]. Le tri précoce est en cours.

Ce qui ferait bouger l'aiguille

- Un down-round dans un labo de pointe ou un grand nom coté de l'infra IA (OpenAI, CoreWeave, Oracle) manquant ses revenus/covenants de dette — le déclencheur d'un effondrement généralisé
- La part de l'IA dans le VC tombant nettement sous ~50 % pendant deux trimestres consécutifs ou plus (rotation du capital vers la sortie)
- Une correction durable (>20 %) sur les mégacaps IA/semis qui ne se rétablit pas en un trimestre, contrairement aux baisses vives-mais-rachetées de 2026
- Des budgets IA d'entreprise coupés d'une année sur l'autre à mesure que la déception ROI (après l'étude du MIT) transforme les pilotes en annulations
- Le dénouement ou la divulgation forcée du financement circulaire Nvidia/OpenAI/Oracle exposant une demande non organique

Ancré dans 10 sources datées — l'évaluation complète avec liens vit sur la page /hype/ai de roletype et est revue chaque trimestre.

Ton examen de la réalité du marché

Ton score d'adéquation mesure qui tu es — les deux cercles Ikigai qu'un questionnaire peut honnêtement mesurer. Les deux qu'il ne peut pas mesurer sont des faits de marché : si le monde a actuellement besoin de ce rôle là où tu es, et s'il peut te payer assez vite. Ces voyants couvrent exactement cela, pour tes principaux rôles — affichés à côté de ton score, jamais mélangés à lui. Nouveau avec le modèle Ikigai ? Il est détaillé dans la Partie 3 — De l'Ikigai à ton score.

Vert = fonctionne dans ta situation · Orange = jouable avec un plan · Rouge = obstacle structurel en ce moment · Gris = note de contexte.

The Community Organizer

- **Écosystème · BON** Ce rôle a besoin d'une scène locale — sa taille importe moins que son existence, et tu en as une à portée.
- **Monétisation · BON** Ce rôle se monétise indirectement — d'abord la réputation et l'audience, le revenu plus tard (12+ mois, c'est normal). Ta runway rend cela juste ; garde un revenu d'appoint. Ton revenu indépendant existant amortit la montée en puissance.
- **Timing · DUR** AI est en Phase 3 (Hype), premières fissures de la Phase 4 — en dehors de la meilleure fenêtre d'entrée de ce rôle (Phase 1) ; soit attends la prochaine vague, soit choisis un domaine plus tôt dans son cycle.

The Developer

- **Écosystème · BON** Le lieu n'est pas un obstacle — le marché de ce rôle est mondial et fonctionne de n'importe où.
- **Monétisation · BON** Ce rôle paie en quelques semaines à quelques mois — viable même avec une runway courte.
- **Timing · BON** AI est en Phase 3 (Hype), premières fissures de la Phase 4 — à l'intérieur de la meilleure fenêtre d'entrée de ce rôle (Phases 1–2–3).

The Conference Organizer

- **Écosystème · BON** Ce rôle a besoin d'une scène locale — sa taille importe moins que son existence, et tu en as une à portée.
- **Monétisation · BON** Des revenus sont possibles tôt mais mettent du temps à se stabiliser — ta runway couvre confortablement la phase de montée en puissance.
- **Timing · BON** AI est en Phase 3 (Hype), premières fissures de la Phase 4 — à l'intérieur de la meilleure fenêtre d'entrée de ce rôle (Phases 2–3).

Ta voie d'entrée

Trois questions décident de comment tu entres : d'où tu pars, quelle route correspond à ta nature, et combien de préparation ton rôle principal nécessite avant le jour un. Ceci ne change pas quel rôle te correspond — seulement la manière la plus intelligente d'y entrer.

1 · D'OÙ TU PARS — VETERAN

Tes réponses montrent une vraie profondeur — tu es un Veteran ici. Le seul risque à ce stade est le Senior-Wanderer : toute la compétence, aucun résultat récent. Le test honnête n'est pas « ai-je déjà livré ? » mais « ai-je fait le moindre mouvement spécifique au cycle au cours des 12 derniers mois ? »

Comment nous t'avons placé : Nous lisons ton point de départ à partir de deux signaux dans tes propres réponses : combien d'expérience pertinente tu as pour The Community Organizer — ton score de dimension Expérience y est de 100% — et à quel point tu as évalué ton réseau (fort). C'est un score d'expérience élevé, et avec un réseau aussi solide derrière, donc nous te plaçons comme Veteran. Pour un Veteran, le premier mouvement par défaut du playbook est la voie Cold Water — c'est la recommandation ci-dessous.

2 · Ta route d'entrée

Chacun entre par l'une des trois voies canoniques — Cold Water (plonger, apprendre en faisant), Helper (assister quelqu'un déjà dans le rôle), ou Own Learning (étude délibérée). La forme de tes dimensions pointe vers une déclinaison précise de celles-ci ; la plupart des entrées réelles en mélangent deux.

Side Project — construis le pont tout en étant salarié

Ta forme est équilibrée (endurance 82%, énergie 85%, expérience 100%) et tu es actuellement salarié — la voie du pont ne te coûte que tes soirées.

Garde le salaire ; construis le rôle le soir jusqu'à ce qu'il fasse ses preuves. Fixe une métrique honnête (premier client payant, 100 premiers lecteurs, premier placement) et une date de bilan — le projet gagne soit le droit à davantage de ton temps, soit il t'a appris à peu de frais que l'adéquation est théorique.

Pourquoi celle-ci, et pas les autres

Ta forme n'a aucun pôle extrême qui justifierait un pivot plus dur — pas de déficit d'endurance qui nécessite un cours, pas de décalage capacité-vs-dossier qui nécessite un mentor. Quand rien ne force un pari plus grand, la route la moins risquée l'emporte : construis le rôle à côté de ton revenu jusqu'à ce qu'un vrai feedback te dise de t'engager davantage.

Les cinq façons d'entrer — où ta forme a atterri

Chacune correspond à l'une des trois voies canoniques. La règle lit la forme de tes dimensions de haut en bas et s'arrête à la première qui convient — donc celle marquée ci-dessous est la route la mieux appariée, pas la seule.

- **Cold Water — plonge et apprends en faisant** · via Cold Water
Endurance et énergie élevées, track record mince — tu apprends le plus vite dans l'arène, pas à côté.
- **Apprenticeship — attache-toi à quelqu'un qui livre** · via Helper
Capacité en avance sur le track record — tu sais déjà faire plus que tu ne peux le prouver.

- **Deliberate Practice — tu l'as fait ; maintenant fais-le bien** · via Own Learning
Vrai kilométrage, mais la compétence d'ancrage doit encore s'affûter — améliore, ne rentre pas à nouveau.

- **Education First — montée en puissance structurée, puis bascule** · via Own Learning
Peu d'appétit pour la volatilité des débuts du rôle — achète la certitude avant d'entrer.

- + **Side Project — construis le pont tout en étant salarié — ta route** · via Cold Water + Own Learning
Forme équilibrée (ou actuellement salarié) — construis le pont sans démissionner.

TON PREMIER PAS

Vu ta profondeur, le mouvement est de plonger directement et de livrer maintenant un résultat spécifique au cycle, plutôt que d'accumuler plus de contexte. Ta première étape concrète en tant que The Community Organizer :
Organize a meetup next week — 10 people is enough to start.

En pratique, ces voies se mélangent : l'étude délibérée te donne le modèle mental, servir quelqu'un déjà dans le rôle construit les relations, et une petite première étape visible produit le résultat externe. Ne faire qu'une seule des trois, c'est là que vivent les failure modes les plus tranchants.

3 · Effort d'entrée — Classe 1 — Sans permission (premier output public aujourd'hui)

Tu peux publier, committer, poster ou trader quelque chose de visible en externe aujourd'hui. Aucun gatekeeper, aucune phase de construction — la monétisation vient plus tard. C'est la voie d'entrée qui demande le moins de setup, et en tester 2–3 en parallèle est légitime.

Lance l'espace aujourd'hui — un Discord, un meetup, un channel. Les dix premiers membres sont l'output du jour 1.

Reprends, ne fais pas que démarrer. Tu n'as pas à partir de zéro. Les rôles de communauté se renouvellent constamment — un organisateur de Meetup s'épuise, un groupe local perd son hôte, un Discord reste sans modération. Proposer de reprendre un groupe existant avec des membres déjà présents est souvent la voie d'entrée la plus rapide : tu hérites de l'audience et du créneau au calendrier, pas seulement de l'idée. Surveille les forums et les pages Meetup de ta scène à la recherche de posts "looking for a new organizer".

L'état de départ, la route et l'effort d'entrée sont tous dérivés de manière déterministe de tes réponses — même entrée, même voie, à chaque fois.

Ton rythme réaliste

Ta capacité : 20–40 h/semaine · 6–12 de runway · salarié à plein temps.

À 20–40 heures par semaine, tu peux mener le plan de 12 semaines tel qu'écrit, ou le compresser — la contrainte devient la vitesse du feedback et la qualité des décisions, pas les heures.

TES DONNÉES DE CAPACITÉ — ET OÙ ELLES COMPTENT

Temps (20–40) — ta cadence Realistic Pace + les éventuels blocages durs.

Réserve financière (6–12) — Market Reality Check (feu Monetization) + pace.

Personnes à charge (non) — signaux ajustés au risque sur les rôles à forts enjeux.

Salarié à plein temps (oui) — ta voie d'entrée (favorise le Side-Project) + pace.

Peut investir 5 k€+ (oui) — conditionne les rôles gourmands en capital + le feu Monetization.

Portée du réseau (Technical builders / engineers, Potential customers or buyers in a niche, Media people / audience multipliers) — feu Ecosystem + point de départ de ta voie d'entrée.

Localisation (Large city with an active tech scene) — feu Ecosystem pour les rôles dépendants de la localisation.

Capacité de risque (5/7) — tes conseils Realistic-Pace + signaux souples sur les rôles tout-ou-rien.

Pas de temps, pas d'argent, pas d'appétit pour le risque est un profil valide — cela signifie simplement que les premiers pas rapides, à faible enjeu et réversibles sont les bons pour l'instant.

- Une réserve de 6–12 mois suffit pour laisser un rôle à composition plus lente mûrir avant qu'il ne doive rapporter — utilise-la, ne la gaspille pas dans l'indécision.
- Tu es salarié à plein temps, donc cela se déroule en parallèle d'un emploi. Méfie-toi du piège du débordement — le travail principal réclamera toujours 'juste une heure de plus', à moins que la construction n'ait un créneau fixe et défendu.

COMMENT FONCTIONNE RÉELLEMENT LE RYTHME

La cadence ci-dessus est la tienne ; ces cinq principes sont les mêmes pour tout le monde, et c'est là que la plupart des entrées échouent.

Les jalons sont fixes ; seule l'horloge bouge

L'entrée dans un rôle se mesure en preuves, pas en heures enregistrées. Les portes sont les mêmes pour tout le monde — un premier artefact public, une première personne qui t'a trouvé grâce à lui, un premier petit engagement rémunéré — et elles ne deviennent pas plus faciles si tu as moins de temps. Travailler moins d'heures par semaine n'abaisse pas la barre ; cela ne fait qu'étirer la chronologie pour l'atteindre. Cale tes attentes sur le type de rôle : un rôle sans permission (un educator, un curateur, un contributeur open source), tu peux le démarrer cette semaine, seul, sans capital ni permission. Un rôle avec une vraie phase de construction — une série de conférences, un fonds, un SaaS — tourne sur une horloge de trois à douze mois avant de se composer. Une spécialisation de carrière — un avocat, un journaliste ou un chercheur qui entre dans le cycle — est un arc de six à douze mois d'output thématique à travers ton domaine existant. Quel que soit ton rythme, prévois pour l'arc, pas pour le calendrier.

La crédibilité avant l'argent

Le premier mois, il ne s'agit pas de revenu, il s'agit de crédibilité — l'atout sur lequel repose tout rendement ultérieur. L'erreur la plus courante à travers les rôles, c'est de monétiser trop tôt : l'educator qui veut un cours après la troisième vidéo, le connector qui facture la première mise en relation, l'organizer qui court après les sponsors au deuxième meetup. Trop tôt se lit comme de l'extraction et te coûte précisément les gens qui auraient compté plus tard. Mais trop tard est tout aussi dangereux — l'un des educators crypto les plus influents en vie était publiquement presque fauché en 2017 parce qu'il n'avait jamais construit le moindre mécanisme économique. La solution, c'est une date fixée à l'avance : à six mois, à douze, tu vérifies honnêtement si ce rôle a un moyen fonctionnel de payer quelqu'un avec ton profil. Si ce n'est pas le cas, ce sont des données, pas un échec.

Entre hors des pics, pas au sommet

L'instinct, c'est d'entrer quand tout le monde en parle. C'est l'inverse qui est vrai. Commence pendant le hype et tu es en concurrence avec mille autres qui ont commencé la même semaine, n'ont aucun track record et ont disparu quand le bust arrive. Les entrées les plus rentables se produisent soit très tôt, quand presque personne ne regarde, soit pendant le bust, quand les charlatans se sont dispersés et que le travail sérieux a enfin de la place. Cale ton entrée sur la courbe du besoin, pas sur le bruit.

Le cimetière est sans stèles

Presque tout ce qui est écrit sur le succès dans les cycles tech souffre du biais du survivant : on voit les gagnants et on reconstruit, après coup, pourquoi ils étaient destinés à gagner — et on ne voit jamais les gens identiques qui ont fait les mêmes choses et ont échoué. Tout le monde se souvient de Red Hat ; presque personne ne se souvient de Caldera, TurboLinux, Mandrake ou Linspire, qui ont fait à peu près ce qu'a fait Red Hat, au même moment, et sont morts. La survie de Red Hat ne semble inévitable que parce que le cimetière n'a pas de pierres tombales. Alors sois prudent en copiant les mouvements exacts des gagnants — ce qui ressemble à 'ils ont mieux exécuté' n'est souvent que 'ils avaient le réseau, le timing ou le rôle qui a justement survécu.' Quand quelque chose ne marche pas, la bonne question est rarement 'ai-je exécuté assez bien ?' C'est 'ce rôle a-t-il un mécanisme économique fonctionnel pour quelqu'un comme moi ?'

Fais le premier mouvement petit, public et cette semaine

L'antidote à tout ce qui précède, c'est un premier pas délibérément brut, fait en public, maintenant — pas un lancement soigné mais une correction de faute de frappe sur un vrai projet, un simple thread, un mémo d'une page. Fais-le sur deux ou trois rôles candidats en parallèle et observe lequel te donne de l'énergie plutôt que de t'épuiser. L'erreur la plus coûteuse dans un cycle du hype n'est pas le mauvais timing ; c'est le mauvais rôle — et le moyen le moins cher de trouver le bon, c'est d'essayer la plus petite version réelle de chacun avant d'y engager ta réserve.



Plan d'action — The Community Organizer

COMMENT MENER CECI, COMPTE TENU DE TA VOIE D'ENTRÉE

Ta voie d'entrée est Side Project : étire ces 12 semaines sur ~6 mois, un output visible toutes les deux semaines, et protège ce temps contre l'empiètement du boulot principal.

Au cours des douze prochaines semaines, tu bâtis l'unique actif dont vit un Community Organizer : un groupe d'environ trente personnes qui reviennent fidèlement chaque semaine. Tu peux commencer dès la semaine une sans budget, sans savoir expert et sans expérience d'événement — ton seul travail est de réunir des personnes qui partagent un intérêt mais ne se connaissent pas encore. La trajectoire va d'un premier meetup de 15 personnes à un noyau stable, une niche affinée et une voie de monétisation qui te tient à l'écart du piège du bénévolat.

Phase 1 · Setup (semaines 1–2)

Semaine 1 — Planifier et annoncer le premier meetup

Choisis un sujet, un lieu peu coûteux (café, espace de coworking ou ton appartement) et une date dans les 10 prochains jours, plafonnée à 15 places. Pas besoin d'intervenant — une table ronde modérée en trois blocs de 30 minutes (networking, une question spécifique, échange libre) suffit ; liste-le sur Meetup.com ou Lu.ma et invite personnellement 10 personnes que tu connais. Lis *The Art of Gathering* de Priya Parker, ch. 1–3, sur pourquoi la plupart des meetups sont ennuyeux.

Semaine 2 — L'organiser et l'évaluer

Réalise le meetup, puis fais un debrief immédiat : qui est venu, qui était le plus engagé, quelle question a suscité la meilleure discussion, ce que tu changerais. Rédige un court résumé et envoie-le à chaque participant — ce suivi est ce qui crée l'engagement à revenir la prochaine fois.

Phase 2 · Rythme (semaines 3–6)

Semaines 3–4 — Deuxième meetup et identification du noyau

Change exactement une chose sur la base du feedback — un format plus serré, un lieu différent, un lightning talk au lieu d'une discussion libre — et invite cinq nouvelles personnes que tu ne connaissais pas auparavant. Trouve ensuite ton noyau : quiconque est venu deux fois est un membre du noyau, et tu ne mets que les revenants dans un groupe WhatsApp ou Telegram (max. 20) pour l'échange entre les meetups, pas pour les annonces. Lis *Buzzing Communities* de Richard Millington, ch. 1–4.

Semaines 5–6 — Premier format externe et décision de niche

Invite un membre de la communauté à partager quelque chose de concret — pas une keynote célèbre, juste de l'expérience — ce qui élève le niveau sans budget. Ensuite, arrête-toi et fais le point : combien de personnes viennent régulièrement, qui vient pour le sujet versus pour les gens, quel format a le mieux marché, et affine la niche de "AI Meetup" vers quelque chose comme "AI Agents for Freelancers in Munich." La niche émerge de qui se présente réellement, pas de ta planification.

Phase 3 · Préparation de la monétisation (semaines 7–9)

Semaine 7 — Analyse de valeur

Détermine ce que les membres obtiennent réellement — contacts, savoir, deals, emplois — en menant cinq conversations avec des membres du noyau. Ne demande pas "paierais-tu ?" mais "que vaut la communauté pour toi ?" et "qu'est-ce qui la rendrait plus précieuse ?"

Semaines 8–9 — Tests de sponsoring et de modèle payant

Demande à une entreprise locale d'accueillir le prochain meetup (salle plus boissons) ou de le sponsoriser (logo sur la page de l'événement) — présenté comme une offre d'accès à 30 personnes intéressées, pas comme un argumentaire de vente ; si oui, le sponsoring fonctionne. Teste ensuite la monétisation directement : un groupe d'adhésion à €10/mois (15+ inscriptions en semaine une est un signal) ou un atelier expert de 3 heures à €30–50/personne (un complet prouve le modèle d'événement).

Phase 4 · Consolidation (semaines 10–12)

Semaine 10 — Voie de conversion

Le Community Organizer n'est presque jamais la destination finale, alors choisis une direction : passe à l'échelle vers Conference Organizer (David Bailey), laisse la communauté révéler une lacune de marché et deviens Founder (Di Iorio > Ethereum), monétise le réseau en tant que Connector, ou emballe le savoir en tant qu'Educator (Lenny Rachitsky).

Semaines 11–12 — Rétrospective et plan à 6 mois

Fais un inventaire honnête : la communauté grandit-elle, des demandes de sponsoring arrivent-elles, y a-t-il une valeur membre démontrable, y prends-tu encore du plaisir — si tu investis plus que ce que tu récupères sans monétisation en vue, c'est le piège du bénévolat. Rédige ensuite un plan concret à 6 mois : cadence (deux fois par mois ou une fois par mois), modèle de monétisation, voie de conversion et un point de contrôle au mois 6 ; s'il n'y a toujours pas de financement soutenable alors, réexamine le rôle ou assume-le consciemment comme un loisir.

Modèles à rétro-concevoir

Le motif à étudier est l'organisateur local dont la communauté est devenue un tremplin : Anthony Di Iorio (meetups ' Ethereum), Rosie Sherry (Ministry of Testing ' entreprise ' acquisition), Lenny Rachitsky (communauté ' newsletter ' podcast ' pipeline de cours) et Greg Isenberg (les communautés comme entreprises). La version accessible n'a pas de page Wikipedia : quelqu'un qui anime un meetup AI mensuel de 60 personnes dans une ville européenne de taille moyenne, avec des sponsors couvrant €500–1 000/mois, et qui a converti la réputation d'organisateur en un poste de Developer Relations à temps partiel et est devenu la personne que tout le monde connaît dans l'écosystème local.

Fais attention à

Le piège du bénévolat

Des années de construction de communauté sans jamais monétiser. La solution est de fixer une date en semaine 1 — disons le mois 6 — pour vérifier si le rôle fonctionne économiquement. Le travail communautaire bénévole est honorable, mais ce n'est pas un modèle économique.

Passer à l'échelle trop tôt

Un serveur Discord avec 500 membres dont 490 sont inactifs. Stabilise d'abord le noyau de 10–20 personnes actives, puis grandis — pas de Discord au début, un groupe WhatsApp suffit.

Aucun standard de format

Chaque meetup est différent et aucun n'a de structure claire, si bien que les participants ne savent jamais à quoi s'attendre. Des formats reproductibles créent l'attente et la fiabilité — trouves-en un qui fonctionne et répète-le.

Une note sur les exemples : ces plans sur douze semaines supposent par défaut du travail intellectuel / du logiciel — les outils, les plateformes et le langage « shipper du code / build in public / postuler à des postes » reflètent la vague de l'IA et du logiciel autour de laquelle le playbook a été écrit. La STRUCTURE sur douze semaines est universelle ; seuls les détails changent. Si tu es dans un autre cycle, transpose : pour un cycle hardware ou de fabrication physique (hardware domotique, cleantech, robotique), « publier un projet » signifie shipper un vrai appareil ou un firmware, et « monétiser » signifie vendre des kits, des cartes et des installations — pas du SaaS ou un poste de dev salarié. Pour d'autres cycles logiciels (crypto, local-first, bio-informatique), le cadrage logiciel tient globalement ; il suffit de remplacer les outils nommés par les équivalents de ton domaine.



Plan d'action — The Developer

Retour à la réalité — une expertise que ce test n'a pas mesurée : ce rôle a aussi besoin de une véritable profondeur d'ingénierie dans la stack de ce domaine — plus apprenable que celle d'un Tech Genius, mais tout de même un vrai savoir-faire, pas une affaire d'un week-end. L'évaluation a lu ton tempérament et ton expérience/compétence génériques, pas ta profondeur spécifique au domaine — alors sois honnête avec toi-même sur le fait de la posséder déjà ou non. Si tu ne l'as pas, ta voie d'entrée est education-first, pas cold-water.

Sur douze semaines, tu transformes une capacité de codage brute en un profil de développeur spécialisé et visible que les bonnes personnes remarquent — le développeur qui ne fait que coder est banalisé par le temps, tandis que celui qui build in public, documente ses décisions et est visible dans son écosystème capitalise sa réputation. Le programme se déroule de manière générique jusqu'à la semaine 6, puis bifurque par sous-type — Backend Dev, Frontend Dev ou Designer-Dev — que tu choisis en semaine 1 et confirmes lors de la rétrospective de la semaine 6. Le fil conducteur est brutal et simple : construire vaut mieux que regarder, la profondeur vaut mieux que l'étendue, et la visibilité multiplie la valeur des deux.

Phase 1 · Fondation (semaines 1–2)

Semaine 1 — Sous-type, stack et cible sur 12 semaines

Choisis d'abord ton sous-type — Backend si tu es attiré par les systèmes et les parties que personne ne voit, Frontend si le ressenti du produit t'importe, Designer-Dev si tu veux posséder une fonctionnalité de bout en bout — et laisse-le fixer ton stack (Python/TypeScript + Postgres + un SDK LLM pour le backend ; React/Next.js + Tailwind + shadcn/ui pour le frontend ; cela plus Figma et un backend-as-a-service pour le Designer-Dev). Définis ensuite une chose concrète à shipper en douze semaines, comme un pipeline RAG de qualité production ou un micro-SaaS déployé. Passe la semaine à lire de la documentation et à étudier deux ou trois projets existants dans ton stack — comprendre avant de construire.

Semaine 2 — Construis et publie le premier projet

Construis quelque chose de petit qui résout un vrai problème que tu as — pas un projet tutoriel, mais un où tu ne connais pas la réponse à l'avance. Publie-le sur GitHub avec un README qui explique ce qu'il fait, pourquoi tu l'as construit, ce que tu as appris et ce qui vient ensuite. Pour la construction de carrière, ce README compte plus que le code.

Phase 2 · Construire un track record (semaines 3–6)

Semaine 3 — Deuxième projet, complexité plus élevée

Construis un deuxième projet qui intègre une API externe, traite des données ou combine deux systèmes — le pas en avant est qu'il devrait être quelque chose que quelqu'un d'autre que toi pourrait vouloir utiliser. Écris un court thread ou post de blog sur ce que tu as appris en le construisant ; l'écriture n'est pas optionnelle, car elle te force à comprendre ce que tu as réellement fait.

Semaine 4 — Contribution open source

Contribue à un projet existant dans ton stack, en commençant par de la documentation ou un correctif de bug plutôt qu'une nouvelle fonctionnalité, en suivant la Phase 1 du programme OSS Contributor pour le processus. L'objectif de cette semaine n'est pas la PR mergée — c'est de comprendre comment une base de code professionnelle est structurée et comment les développeurs expérimentés communiquent à travers le code et les revues.

Semaine 5 — Troisième projet : utile aux autres

Construis quelque chose que tu partagerais publiquement et recommanderais à d'autres développeurs. Le seuil de qualité monte maintenant : le README doit être assez complet pour qu'un inconnu puisse l'utiliser, le code a besoin de commentaires, et l'architecture doit avoir du sens. Le fini compte à ce stade.

Semaine 6 — Rétrospective et décision de spécialisation

Arrête-toi et évalue : qu'est-ce qui est venu naturellement, qu'est-ce qui a été un combat, où l'apprentissage s'est-il accéléré ? Ta spécialisation devrait suivre ton accélération naturelle, pas ta direction aspirationnelle — si les pipelines de données sont venus plus facilement que le frontend, c'est un signal ; si l'architecture d'agents IA t'a fasciné pendant que le travail de base de données t'ennuyait, c'est un signal. Trouve l'intersection de « je suis rapide ici » et « le marché a besoin de ça ».

Phase 3 · Visibilité et monétisation (semaines 7–9)

Semaine 7 — Spécialisation et positionnement

Décide ce pour quoi tu es connu — « développeur full-stack » est une catégorie de CV, pas un positionnement, tandis que « le développeur qui construit des pipelines d'agents IA de qualité production pour des entreprises SaaS avec LangGraph et Postgres » en est un. Écris deux ou trois articles techniques sur quelque chose de non évident que tu as appris : des insights, pas des tutoriels, comme « Pourquoi j'ai arrêté d'utiliser LangChain pour les agents en production ».

Semaine 8 — Recherche d'emploi ou acquisition freelance

Ton portfolio GitHub et tes articles techniques sont la candidature. Postule à cinq à dix postes ou contacte cinq à dix clients potentiels avec ton GitHub, un article pertinent et une explication d'un paragraphe de ce que tu peux construire pour eux. L'époque où un CV seul décrochait un entretien dans une entreprise technique est révolue — le portfolio est le CV.

Semaine 9 — Première validation externe

Décroche au moins l'un de ceux-ci : une offre d'emploi ou un entretien dans une entreprise que tu veux, une mission freelance rémunérée, ou une contribution mergée dans un projet open source majeur avec une revue substantielle. N'importe lequel d'entre eux est la preuve que le positionnement fonctionne.

Phase 4 · Consolidation (semaines 10–12)

Semaine 10 — Voie de conversion

Choisis une direction. Voies génériques : Founding Engineer / CTO (la voie d'emploi au plus fort levier dans un cycle), Freelancer-Implementation (la voie économique la plus rapide), Educator (Fireship, Nick Chapsas) ou Founder (Guillermo Rauch > Vercel, où le portfolio est le pitch deck). Spécifique au sous-type : Backend > Staff/Principal dans des entreprises d'infra ou de plateforme IA (gère le risque d'invisibilité avec de l'écriture technique) ; Frontend > founding designer-engineer ou freelance à forte composante design (remonte le stack avant que le codegen IA ne banalise l'implémentation de routine) ; Designer-Dev > Micro-Founder, la conversion canonique (Pieter Levels, Marc Lou).

Semaines 11–12 — Deuxième rétrospective + plan sur 6 mois

Vérifie les signaux : reçois-tu de l'inbound de personnes qui ont trouvé ton GitHub ou tes articles, du feedback substantiel sur ton code, et de vrais utilisateurs ? Si après onze semaines personne d'autre que toi n'utilise ce que tu construis, la composante Learn-in-Public ne fonctionne pas ou la spécialisation n'est pas assez spécifique. Écris ensuite un plan concret sur six mois — les douze semaines t'amènent à « junior compétent dans un stack IA spécifique », et le plan détermine ce que cela devient.

Modèles à rétro-concevoir

Les trajectoires célèbres montrent le plafond : Guillermo Rauch a construit Next.js puis co-fondé Vercel (développeur ' founder, le produit technique qui justifie l'entreprise) ; Evan You a mené Vue.js et Vite de années de travail open source

patient jusqu'au sponsoring à plein temps et au levier ; Jeff Delaney de Fireship et Swyx (Shawn Wang) ont tous deux poussé la voie Learn-in-Public jusqu'à sa limite, transformant un travail technique visible en audience et en capital de carrière. Mais le modèle accessible n'a pas de profil public — un développeur Python à Vienne qui a passé six mois après le travail à apprendre l'intégration LLM et les frameworks d'agents, a publié quatre projets GitHub et trois posts de blog, et est devenu founding engineer dans une startup IA à 95 000 € plus equity. Aucun tweet viral, juste un travail visible et spécifique que les bonnes personnes ont remarqué.

Fais attention à

L'enfer des tutoriels

Regarder des tutoriels sur la construction de choses au lieu de construire des choses — séduisant parce que ça ressemble à du progrès, mais comprendre une explication n'est pas la même chose qu'être capable de construire. Après le premier tutoriel dans n'importe quel domaine, ferme le navigateur, ouvre un éditeur et construis quelque chose d'adjacent ; l'inconfort de rester bloqué et de trouver la réponse est exactement le processus qui construit la compétence. Deux tutoriels maximum avant un projet.

Pas de visibilité

Le code que personne ne lit a la moitié de l'impact sur la carrière du code avec lequel les gens interagissent. Le projet de portfolio sans README expliquant les décisions, la contribution sans post sur ce que tu as appris, l'insight sans article — tout cela est du levier manqué. Deux développeurs au même niveau de compétence, l'un apprenant in public et l'autre non, auront des trajectoires systématiquement différentes en deux à trois ans.

Stack-hopping

Un nouveau framework est shippé toutes les quelques semaines rien qu'en JavaScript, chacun promettant de réparer le dernier. Le développeur qui essaie chacun « pour rester à jour » ne construit ni profondeur ni portfolio cohérent — les employeurs et les clients embauchent pour la profondeur. Choisis un langage backend, une approche frontend et un stack d'intégration IA et va en profondeur ; la profondeur se transfère quand tu finis par changer, l'étendue non.

Décalage de sous-type

Les Backend Devs qui feignent l'enthousiasme pour le fini frontend se retrouvent poussés vers un travail d'UI qu'ils détestent ; les Frontend Devs qui prétendent être des Backend Devs ratent les délais de base de données ; les Designer-Devs dans de grandes équipes se retrouvent coincés entre des spécialistes qui ne les voient ni comme un vrai designer ni comme un vrai ingénieur. Le remède est le même dans les trois cas : sois honnête sur le sous-type que tu es, choisis des rôles correspondants, et ne rivalise pas avec les spécialistes sur leur propre terrain.

Une note sur les exemples : ces plans sur douze semaines supposent par défaut du travail intellectuel / du logiciel — les outils, les plateformes et le langage « shipper du code / build in public / postuler à des postes » reflètent la vague de l'IA et du logiciel autour de laquelle le playbook a été écrit. La STRUCTURE sur douze semaines est universelle ; seuls les détails changent. Si tu es dans un autre cycle, transpose : pour un cycle hardware ou de fabrication physique (hardware domotique, cleantech, robotique), « publier un projet » signifie shipper un vrai appareil ou un firmware, et « monétiser » signifie vendre des kits, des cartes et des installations — pas du SaaS ou un poste de dev salarié. Pour d'autres cycles logiciels (crypto, local-first, bio-informatique), le cadrage logiciel tient globalement ; il suffit de remplacer les outils nommés par les équivalents de ton domaine.



Plan d'action — The Conference Organizer

Au cours des douze prochaines semaines, tu transformes un unique événement curé en les débuts d'une série d'événements — une infrastructure de marché qui contrôle l'accès à la salle où tout le monde dans un cycle du hype veut être. C'est une construction de Classe 2 : le décalage de trésorerie et les coûts fixes assortis d'un risque de fréquentation en font le rôle social le plus risqué, alors tu commences petit (un événement de 20–30 personnes à risque financier quasi nul) et tu prouves le format avant de passer à l'échelle. La trajectoire va d'un premier événement à petit budget à un pitch de sponsoring, une audience qui revient, un modèle de revenus défini et une voie de conversion choisie.

Phase 1 · Recherche & premier événement (semaines 1–4)

Semaines 1–2 — Scan de marché, format et premiers speakers

Cartographie chaque événement existant dans ta niche et ta ville pour trouver une lacune spécifique — pas "encore une conférence AI" mais, disons, aucun événement pour les praticiens ou aucun contenu AI-safety en langue allemande — et définis l'événement en une phrase. Contacte cinq premiers speakers ou co-hôtes potentiels, où le premier obtient une faveur et le second obtient la preuve sociale du premier. Lis *The Art of Gathering* de Priya Parker, ch. 1–6, sur le purpose, la curation et l'exclusion comme outils de conception.

Semaines 3–4 — Logistique, lieu et organisation de l'Événement 1

Pour 20–30 personnes, sécurise un espace de coworking, un bureau de startup ou une entreprise tech comme sponsor de lieu (espace contre placement de logo), utilise Luma pour l'inscription gratuite et garde le budget sous €300 pour que l'Événement 1 porte zéro risque financier. Organise-le et consacre 20% de ton temps à observer qui parle à qui et où l'énergie se concentre, puis documente tout immédiatement — ton observation directe bat n'importe quel sondage post-événement. Lis *Conferences That Work* d'Adrian Segar, ch. 1–4.

Phase 2 · Sponsoring & systématisation (semaines 5–8)

Semaines 5–6 — Pitch de sponsoring et premiers sponsors

Construis un deck d'une page — démographie de l'audience, ce que les sponsors obtiennent (logo, liste des participants, créneau d'intervention, networking) et des tiers basés sur la valeur (€500 Community, €1 500 Silver, €3 000 Gold) — puisqu'une startup voulant l'accès à 30 ingénieurs AI qualifiés paiera €1 500 sans négociation. Contacte 15 entreprises avec des e-mails personnalisés faisant référence à leur raison spécifique de sponsoriser, en visant 2–3 engagements avant l'Événement 2 ; zéro après 15 approches signifie que l'audience n'est pas définie assez nettement. Lis *UnSelling* de Scott Stratten, ch. 1–5.

Semaines 7–8 — Organiser l'Événement 2 et contenu post-événement

Organise l'Événement 2 avec 50+ personnes, une couverture sponsor confirmée et au moins un logo visible, en mettant en œuvre une amélioration concrète issue du post-mortem de l'Événement 1 — le seul vrai signal est de savoir si les mêmes personnes sont revenues. Rédige ensuite un récapitulatif LinkedIn de 3 paragraphes (ce qui a été discuté, un insight inattendu, quand a lieu le prochain), qui sert à la fois de marketing pour l'Événement 3 et de preuve de valeur pour de futurs sponsors. Lis *The New Rules of Marketing & PR* de David Meerman Scott, ch. 1–6.

Phase 3 · Série & architecture des revenus (semaines 9–10)

Semaine 9 — Calendrier annuel et cadence

Engage-toi sur une cadence — les événements mensuels maintiennent la densité de communauté mais attirent des budgets sponsors plus faibles, tandis que les événements trimestriels peuvent commander des sponsorings par événement plus élevés. Décide vers quoi tu construis : une conférence (un flagship annuel avec des meetups satellites) ou une série de meetups (récurrente sans flagship).

Semaine 10 — Modèle de revenus

Modélise trois scénarios : (A) une série de meetups à 4 événements/an x €3 000 de sponsoring = €12 000/an, couvrant surtout ton temps ; (B) une conférence annuelle à €25 000 de sponsoring + €10 000 de billets = €35 000 brut, peut-être €15 000 de bénéfice ; (C) un hybride avec des ateliers et dîners annexes ajoutant €5 000–15 000/événement à l'échelle. Choisir le modèle maintenant détermine quelle infrastructure tu construis ensuite.

Phase 4 · Levier & conversion (semaines 11–12)

Semaine 11 — Canal de contenu comme actif permanent

L'événement est éphémère ; le contenu ne l'est pas — lance une newsletter résumant ce dont ta communauté parle, pas seulement des récapitulatifs d'événements. Deux cents abonnés valent plus pour les sponsors que l'événement lui-même, car l'accès par e-mail à une audience curée est rare, et la newsletter devient ta source de revenus hors saison.

Semaine 12 — Sélection de la voie de conversion

Choisis une voie et commence à en construire l'infrastructure dès maintenant : Conference Organizer > entreprise Media (la voie CoinDesk, la marque d'événement devient une marque média avec des revenus publicitaires), > Connector (ton événement est ton deal flow, des intros à la marge) ou > Community Platform (la conférence ancre une communauté d'adhésion payante).

Modèles à rétro-concevoir

Les voies de référence sont David Bailey — éditeur de Bitcoin Magazine qui a commencé avec de minuscules meetups et a fait croître Bitcoin Miami à 35 000 participants, montrant que conférence et médias s'amplifient mutuellement — et Rosie Sherry, qui a transformé un meetup de testing local à Brighton en Ministry of Testing, la conférence TestBash et \$1,2M de revenus à partir d'aucun budget, aucune audience et aucun lieu. La version accessible est un designer UX munichois qui a lancé un meetup AI avec 25 personnes dans une salle WeWork et qui, à l'Année 2, a organisé une conférence d'une demi-journée de 350 participants avec €28 000 de revenus de sponsoring — sans aucun bagage en gestion d'événements, juste une niche claire et une exécution constante le long de la voie 20 ' 50 ' 100 ' conférence annuelle.

Fais attention à

Commencer trop grand

Le premier événement devrait compter 20–30 personnes, pas 200 ; un grand événement avec des participants de faible qualité est pire qu'un petit avec exactement les bonnes personnes. La curation est ton produit — le travail de l'Événement 1 est de trouver ta communauté de base et de tester le format, donc ne passe à l'échelle qu'une fois le format prouvé.

Aucun modèle de sponsor dès le départ

Organiser les Événements 1 et 2 uniquement par passion et greffer le sponsoring plus tard établit un précédent gratuit/bon marché qui empêche les entreprises de te voir comme une entité commerciale. Construis le pitch de sponsor en parallèle du concept d'événement — même un sponsoring communautaire de €300 sur l'Événement 1 établit une valeur commerciale, et la prochaine conversation avec un sponsor est toujours plus facile quand tu en as déjà un.

Un événement unique au lieu d'une série

Un événement unique est un projet ; une série est un modèle économique, car les sponsors veulent de la fréquence et les participants reviennent quand ils savent que le prochain arrive. Annoncer l'Événement 3 lors de l'Événement 1 transforme un rassemblement en communauté — le mode d'échec fréquent est un excellent premier événement, l'épuisement, un vague "le prochain bientôt" et le momentum qui meurt sur six mois.

Confondre qualité des speakers et qualité de l'événement

Courir après les speakers célèbres produit souvent une expérience médiocre pour les participants — les speakers représentent 30% de l'événement, la salle (qui y est, qui peut rencontrer qui) 70%. Un dîner de 20 personnes soigneusement sélectionnées qui ont besoin de se connaître bat une conférence de 500 inconnus avec une keynote célèbre ; cure d'abord la salle et les speakers suivent.

Une note sur les exemples : ces plans sur douze semaines supposent par défaut du travail intellectuel / du logiciel — les outils, les plateformes et le langage « shipper du code / build in public / postuler à des postes » reflètent la vague de l'IA et du logiciel autour de laquelle le playbook a été écrit. La STRUCTURE sur douze semaines est universelle ; seuls les détails changent. Si tu es dans un autre cycle, transpose : pour un cycle hardware ou de fabrication physique (hardware domotique, cleantech, robotique), « publier un projet » signifie shipper un vrai appareil ou un firmware, et « monétiser » signifie vendre des kits, des cartes et des installations — pas du SaaS ou un poste de dev salarié. Pour d'autres cycles logiciels (crypto, local-first, bio-informatique), le cadrage logiciel tient globalement ; il suffit de remplacer les outils nommés par les équivalents de ton domaine.

Chaque rôle, noté

Ton profil complet — l'ensemble des 27 rôles classés par adéquation, pas seulement ton top cinq. L'« adéquation » est le score global ; les cinq colonnes qui suivent montrent comment ce score se répartit entre tes dimensions.

PT Tolérance à la douleur · IE Énergie & motivation · DI Style de pensée · EX Expérience · SK Skills

#	RÔLE	ADÉQ.	PT	IE	DI	EX	SK	MBTI
1	The Community Organizer	90%	82	85	83	100	100	○
2	The Developer	81%	55	83	67	100	100	○
3	The Conference Organizer	74%	53	77	60	82	100	○
4	The Open-Source Contributor	74%	51	79	60	100	81	○
5	The Implementation Freelancer	73%	60	70	70	67	100	○
6	The Bridge Builder capacité: No reach to decision-makers in large organizations yet — this role's currency; plan 6–12 months of access-building	73%	85	69	65	71	78	○
7	The Lobbyist capacité: No reach to decision-makers in large organizations yet — this role's currency; plan 6–12 months of access-building	72%	78	66	77	55	83	○
8	The Connector / Broker	72%	72	68	73	56	91	○
9	The Implementation Consultant	72%	72	61	77	64	86	○
10	The Scaler	72%	50	60	33	83	80	●
11	The Product Manager	72%	79	45	59	89	86	○
12	The Micro-Founder	70%	32	67	56	74	71	○
13	The Regulator	68%	80	69	89	49	50	○
14	The Talent Scout	67%	50	70	78	58	80	○
15	The Educator	65%	38	88	43	100	50	○
16	The Strategy Consultant	65%	79	53	69	67	57	●
17	The Strategy Freelancer	64%	63	57	70	68	63	●
18	The Tech Genius	63%	31	47	58	100	77	●
19	The Lawyer	61%	84	58	62	53	50	○
20	The Salesman	61%	63	67	44	42	88	○
21	The Working Researcher	55%	50	32	55	79	58	○
22	The Curator / Aggregator	53%	45	39	40	89	50	○
23	The Journalist	50%	36	54	54	71	33	●
24	The Capital Provider capacité: No reach to investors/capital yet — co-investor and deal-flow access must be built first	49%	59	57	34	42	52	○
25	The Infrastructure Landlord	46%	0	50	62	76	42	○
26	The Analyst	43%	52	41	62	63	0	○
27	The Arbitrageur Pas une voie active dans AI — noté sur le tempérament, tenu à l'écart de tes recommandations (ce rôle a besoin d'un marché que ce cycle n'a pas encore).	41%	45	36	49	55	23	○

Les chiffres de dimension sont le score normalisé 0–100 de chaque dimension pour ce rôle (le Timing est un modificateur distinct et n'est pas affiché). Ils ne totaliseront pas exactement l'adéquation — l'adéquation pondère les cinq dimensions à parts égales (20% chacune) — mais ils montrent d'où vient le score de chaque rôle.

Le point **MBTI** marque les rôles avec lesquels ton type de personnalité autodéclaré tend à résonner — une lentille distincte, délibérément PAS incluse dans le score d'adéquation. Un point plein signifie une résonance naturelle ; creux signifie neutre. Voir « Ton top cinq × MBTI » plus tôt dans le rapport.

PARTIE TROIS

Méthodologie

Le cycle du hype

Toute technologie majeure — Linux et l'open source, Bitcoin, Ethereum, l'IA — traverse les mêmes cinq phases. Les phases ne sont pas décoratives ; elles décident quels rôles sont payants et quand. C'est pourquoi le timing est traité comme une dimension de score à part entière, et non comme une réflexion après coup.

Le modèle classique de l'ikigai — ce que tu aimes, ce en quoi tu es bon, ce dont le monde a besoin, ce pour quoi tu peux être payé — a été conçu pour des carrières stables. Les cycles du hype ne sont pas stables. Un rôle peut obtenir un score parfait sur ces quatre points et quand même échouer parce que tu es entré en Phase 4 plutôt qu'en Phase 2. Le timing est la dimension que l'ikigai n'a pas, et c'est le principal ajout de ce framework.

Les cinq phases

Phase 1 — Émergence

La technologie existe, mais seuls les initiés en ont connaissance. Aucune attention médiatique, aucun afflux de capitaux, aucune conférence. (Crypto 2009–2012 ; IA 2017–2022 ; Linux 1991–1997.) Le besoin porte sur les Tech Builders, les Technical Educators et les Open-Source Contributors — personne n'a encore besoin d'un Conference Organizer.

Phase 2 — Adoption précoce

Premiers produits, premières communautés, les médias commencent à en parler. Ceux qui entrent maintenant bâtissent une crédibilité qui vaudra de l'or plus tard. L'écosystème a besoin de structure et de connexion — Community Organizers, Connectors, premiers Founders — plus que de produits finis.

Phase 3 — Hype

Attention grand public, les afflux de capitaux explosent, une vague de fondation, la demande de talents dépasse massivement l'offre, les tarifs journaliers triplent. Les charlatans apparaissent. La demande de Salesmen, Talent Scouts et Infrastructure Landlords s'envole — mais la concurrence aussi.

Phase 4 — Bust / Consolidation

Le grand nettoyage. 80–90 % des startups meurent, les contrats freelance disparaissent, les conférences se réduisent. Mais les survivants ont le marché pour eux seuls. Après le crash, le besoin se déplace vers les Analysts (qu'est-ce qui a mal tourné ?), les Lawyers (quelle est la réglementation ?) et les Bridge Builders (comment utilise-t-on ce qui a survécu ?).

Phase 5 — Maturité

Adoption institutionnelle, réglementation, l'infrastructure devient une commodité. Les rôles se professionnalisent, les marges diminuent, la stabilité augmente. Le besoin porte sur les Regulators, les Bridge Builders institutionnels et les spécialistes de la conformité — gouvernance, pas évangélisation.

Lire le cycle dans lequel tu te trouves

Tu n'as pas à deviner la phase — les signaux culminent dans un ordre fixe. La fréquentation des conférences monte en premier, dans la phase des initiés ; puis Google Trends et le trafic Wikipedia, à mesure que la chose devient grand public ; puis le financement en capital-risque, six à dix-huit mois après le pic de recherche ; puis les recrutements, en tout dernier. Quand l'intérêt de recherche grimpe alors que le financement est encore plat, tu es en avance — la fenêtre d'entrée optimale pour la plupart des rôles. Quand tous ces signaux chutent en même temps, le cycle est entré dans le bust. Lis la phase optimale de ton rôle par rapport à l'endroit où le cycle se trouve réellement, et cale ton entrée sur la courbe du besoin, pas sur le bruit : un rôle peut être requis aujourd'hui et surabondant dans six mois.

Les hypes morts laissent de l'infrastructure

Le casting se répète d'un cycle à l'autre, et les débris aussi. Le boom des dot-com est le parallèle le plus proche : Marc Andreessen l'a chevauché de Tech Genius (Mosaic) à Founder (Netscape) puis à Capital Provider (a16z), tandis que

plus de dix-neuf fondateurs sur vingt échouaient — vingt startups quasi identiques par segment, un seul Amazon resté debout. Le boom ferroviaire des années 1840 est l'histoire archétypale de l'Infrastructure Landlord : des centaines de compagnies ferroviaires ont fait faillite, mais les rails, l'acier et les terrains sont restés, et ceux qui vendaient les pelles ont survécu à ceux qui creusaient. Linux a fait tourner les mêmes rôles avec presque aucune spéculation, et la plus faible densité de charlatans de tous les cycles — parce que l'open source rend difficile de simuler la compétence : n'importe qui peut lire le code. C'est la partie rassurante de tout le modèle. Un cycle du hype est fondamentalement une structure d'opportunité, pas une structure de fraude, et chaque bust dégage le terrain et laisse l'infrastructure sur laquelle la vague suivante se construit.

Les rôles sont des échelles, pas des identités

Suis les gens qui ont gagné sur un cycle complet et tu vois le même mouvement. Le rôle avec la barrière d'entrée la plus basse — Community Organizer, Educator, Open-Source Contributor — est une phase de construction pour la réputation et le réseau, convertie plus tard en un rôle à monétisation bien plus élevée : Operator, Founder, Investor. Anthony Di Iorio animait des meetups Bitcoin à Toronto sans compétences techniques poussées ; à l'un d'eux, il a rencontré Vitalik Buterin, et ce réseau est devenu son billet d'entrée dans l'équipe fondatrice d'Ethereum. Ce qui fait fonctionner ces sauts, c'est le transfert de compétences — les outils ou relations que tu as bâtis dans un domaine précédent composent plus vite dans le nouveau cycle qu'ils ne l'ont jamais fait dans l'ancien. L'instinct de Nat Friedman pour les developper tools a gagné dans la vague Linux et gagne à nouveau dans l'IA : même personne, nouveau cycle, ce qui est tout ce framework compressé en une seule carrière. Le mode d'échec en est l'image inversée — ceux qui restent coincés dans la phase de construction, par idéalisme ou par confort, accumulent un capital social qui ne se convertit jamais.

Les 23 rôles en 7 catégories

Tout écosystème émergent doit remplir le même ensemble de fonctions pour mûrir. Quelqu'un construit la technologie. Quelqu'un la commercialise. Quelqu'un l'explique et l'évalue. Quelqu'un connecte les gens. Quelqu'un la finance et fournit les rails. Quelqu'un négocie sa relation avec le pouvoir existant. Aucune de ces fonctions n'est optionnelle — un écosystème sans builders ne quitte jamais le papier de recherche ; sans capital, les bonnes idées meurent dans le creux.

Ces fonctions se résolvent en 23 rôles répartis sur 7 catégories — six familles fonctionnelles, plus une septième figure que chaque cycle produit mais que personne ne devrait devenir.

Tech Builders

Scientist (Tech Genius / Working Researcher), Developer, Open-Source Contributor
Construisent la technologie fondamentale et l'outillage bâti par-dessus.

Entrepreneurs & Operators

Founder (Micro / Scaler), Product Manager, Salesman, Consultant, Freelancer (Strategy / Implementation)
Commercialisent — transforment la possibilité technique en activité économique.

Knowledge Producers

Analyst, Journalist, Educator, Curator / Aggregator
Expliquent, évaluent et filtrent. Rendent l'incompréhensible accessible et le vantard sceptique.

Network & Community

Community Organizer, Conference Organizer, Connector / Broker, Talent Scout
Connectent les personnes qui la construisent — relations, événements et mises en relation.

Capital & Markets

Capital Provider, Infrastructure Landlord, Arbitrageur
La financent, fournissent les rails et profitent des inefficiences que contiennent les marchés immatures.

Institutional & Governance

Bridge Builder, Lobbyist, Lawyer, Regulator
La légitiment — naviguent la relation avec les structures juridiques et de pouvoir existantes.

The Charlatan (anti-type — jamais scoré)

Alchemist, Costume Changer, Time Traveler, Freeloader, Statesman
Extrait de la valeur par la tromperie plutôt que par la contribution. Le schéma à reconnaître et à éviter — jamais l'un des 23 rôles que tu vises.

La ligne de faille à l'intérieur de chaque famille

Chaque famille se scinde selon sa propre ligne de faille, et cette scission est généralement là où les gens se classent mal eux-mêmes. Les Tech Builders se divisent entre le Tech Genius d'une génération et le Working Researcher salarié — économies très différentes, modes d'échec très différents. Le Founder tourne sur deux axes à la fois : ce que tu construis, et si tu es un Micro-Founder bootstrappé en quête de liberté ou un Scaler financé par du venture en quête de domination du marché — même intitulé, vies opposées. Les Knowledge Producers se divisent par audience et par profondeur : l'Educator passe à l'échelle par une audience, l'Analyst par les institutions, et confondre les deux est le mauvais choix le plus courant de toute la catégorie. Les rôles de capital sont séparés par trois ordres de grandeur — le business angel à 5 k€, le fonds d'amorçage à 10 M€ et l'allocateur growth hors de portée ne sont pas le même métier. Savoir de quel côté de la scission de ta famille tu te trouves importe plus que l'étiquette de la famille.

Même casting, costumes différents

Les rôles sont identiques d'un cycle à l'autre ; seuls les noms changent. Le Tech Genius était Satoshi et Vitalik dans la crypto, les auteurs du Transformer et Ilya Sutskever dans l'IA, Torvalds et Stallman dans Linux, et Adrian Bowyer (RepRap) dans l'impression 3D de bureau. L'Educator était Antonopoulos dans la crypto, Karpathy dans l'IA, et le magazine Make : plus les makers-YouTubers dans l'impression 3D. L'Infrastructure Landlord était Bitmain vendant des ASIC, puis CoreWeave vendant du calcul GPU, Red Hat prélevant un loyer sur du logiciel libre, et Stratasys plus les fabricants de filament vendant les lames de rasoir dans l'impression 3D. Dans toute ruée vers l'or, quelqu'un vend des pelles.

La plupart des gens choisissent un rôle par identité, pas par adéquation : le codeur se rabat sur Developer même quand son avantage est d'expliquer (Educator) ou de construire de petits produits (Micro-Founder). Une heuristique brutale tranche la plupart des cas — qui décide de ce qui sera construit le trimestre prochain ? Si c'est toi, tu es un Product Manager. Si tu es en train de convaincre d'autres de laisser cela se faire tout court, tu es un Bridge Builder. Si tu peux virer l'équipe, tu es un Founder. Le décalage coûte cher parce que les rôles exigent une tolérance à la douleur, un capital, un horizon de temps et des compétences très différents. Ce rapport mesure quel rôle te convient — pas lequel sonne bien.

La septième figure : le Charlatan

Chaque cycle produit aussi une figure que personne ne devrait viser à devenir — qu'il vaut la peine de reconnaître précisément parce qu'elle est définie par un mécanisme, pas par une personnalité : l'extraction. L'Alchemist vend une technologie qui tout simplement ne marche pas comme si elle marchait (Theranos, BitConnect) ; c'est la seule version qui finit généralement au tribunal. Le Costume Changer ne ment jamais franchement — il prend une technologie qui marche, ennuyeuse, et te laisse conclure que c'est une révolution (un chatbot à base de règles rebaptisé « Conversational AI », une base de données vendue comme « blockchain »). Le Time Traveler vend ce qui pourrait marcher un jour comme prêt pour la production et reste infalsifiable en repoussant toujours la date (« autonomie complète l'année prochaine », chaque année depuis 2016). Le Freeloader s'accroche à une vraie tendance et vend l'accès — le cours « Agence IA à 2 000 € en 30 jours » de quelqu'un qui a six mois d'expérience. Le Statesman est le plus dangereux, parce qu'il porte la légitimité institutionnelle — le siège au conseil, la keynote, le portrait flatteur — et quand il tombe, il entraîne avec lui la confiance dans l'institution. La partie inconfortable, détaillée dans le chapitre sur la monétisation, c'est que l'extraction est un spectre, pas un binaire : un consultant vendant 200 k€ de « stratégie blockchain » à une entreprise dans le brouillard ne commet pas de fraude, mais l'asymétrie de savoir relève du même principe qu'une arnaque au token, en costume plus élégant. Voir le schéma te protège deux fois — d'être la cible, et de la tranquille auto-illusion selon laquelle ta propre monétisation serait d'une manière ou d'une autre au-dessus de tout ça.

Un emploi dans l'industrie, ou un rôle dans l'écosystème

Une dernière distinction décide si quoi que ce soit de tout cela survit au bust. « Je travaille dans l'industrie de l'IA » et « J'ai une position dans l'écosystème de l'IA » sont des phrases structurellement différentes : l'une est un emploi, l'autre est un rôle. L'expert fonctionnel — le PM, le marketeur, le recruteur qui a basculé dans le secteur chaud pour la paye — est par définition remplaçable, et le premier à partir quand le cycle tourne. L'expert du sujet qui comprend réellement l'industrie dans laquelle la technologie tente d'entrer est plus durable, mais ne devient permanent qu'en se convertissant en un vrai rôle — de la façon dont une analyste en microfinance est devenue la fondatrice d'une entreprise de paiements africaine. Le test à se poser avant de s'engager : est-ce que cela va me rendre meilleur dans quelque chose qui survit au cycle, ou est-ce que je troque simplement un employeur défraîchi pour un plus tendance ?

De l'Ikigai à ton score

Chaque chiffre de la Partie 1 provient d'un seul modèle, dérivé en six étapes. Aucune magie cachée — cette page et la suivante parcourent toute la chaîne.

1 Commence par l'Ikigai : quatre cercles — plus le timing

Le concept japonais décrit le travail épanouissant comme le chevauchement de quatre cercles. Les cycles technologiques ajoutent une cinquième force par-dessus : le même rôle paie complètement différemment selon où en est le cycle.

Ce que tu aimes

Ce qui t'attire et te fait tenir quand ça devient dur.

MESURÉ PAR LE TEST

Ce en quoi tu es bon

Ce que tu as fait, et ce que tu sais bien faire.

MESURÉ PAR LE TEST

Ce dont le monde a besoin

Si l'écosystème autour de toi demande actuellement ce rôle.

FAIT DE MARCHÉ — AFFICHÉ COMME UN VOYANT

Ce pour quoi tu peux être payé

Si ce rôle peut te payer assez vite pour ta situation.

FAIT DE MARCHÉ — AFFICHÉ COMME UN VOYANT

2 La coupe honnête : un test ne peut mesurer que ce qui vit en toi

Deux des quatre cercles sont des traits — ils vivent en toi, et 82 questions notées peuvent les mesurer. Les deux autres cercles sont des faits sur le marché, et le timing est aussi un fait de marché. Aucune auto-évaluation ne peut noter cela honnêtement, alors ce rapport ne prétend pas le faire : il mesure deux cercles et MONTRE le reste.

3 Cette coupe produit les trois couches de ce rapport

COUCHE 1 — MESURÉE · TON SCORE D'ADÉQUATION

Score d'adéquation personnelle = ce que tu aimes + ce en quoi tu es bon

Construit à partir des questions notées sur cinq dimensions (page suivante). C'est le pourcentage sur chaque carte de rôle — il décrit QUI TU ES, et rien d'autre.

COUCHE 2 — MONTRÉE, JAMAIS MÉLANGÉE

Examen de la réalité du marché = besoins-du-monde + payé-pour + timing

Trois voyants par rôle : Écosystème (dépendance du rôle à la localisation × où tu es), Monétisation (vitesse de revenu du rôle × ta runway), Timing (phase du cycle de ton domaine × la meilleure fenêtre d'entrée du rôle). Les faits de marché restent visiblement séparés de ton score.

LA PORTE — AVANT TOUT

Capacité (questions C) = peux-tu jouer tout court dès maintenant

Heures, runway, personnes à charge, capital, portée du réseau, localisation. Pas un cercle Ikigai — un pré-filtre. Elle produit les blocages durs et les drapeaux souples de la Partie 1, et ton rythme réaliste.

Les cinq dimensions, dérivées

4 « Ce que tu aimes » se divise en trois dimensions mesurables (60%)

Dans les cycles technologiques, « aimer » n'est pas des papillons — c'est ce que tu peux endurer, ce qui t'énergise, et les compromis que tu continues de choisir. Chacun des trois a sa propre forme de question, parce que chacun est le mieux capté par un type de question différent :

PT — Tolérance à la douleur

poids 20%

Endurance face aux négatifs spécifiques du rôle : rejet, obscurité, pas de revenu pendant un temps, projets tués, crédit volé.

Forme de la question : scénario adverse — « quelqu'un a présenté ton travail comme le sien ; tu continuerais à construire. »

IE — Inspiration / Énergie

poids 20%

Ce qui t'énergise vraiment plutôt que te vide — le côté attraction de l'amour.

Forme de la question : projectif — « un samedi passé à faire X est un super samedi. »

DI — Dispositions

poids 20%

Style de pensée plus préférences de mode de vie et d'échelle : niche vs masse, autonomie vs échelle, dénicheur vs amplificateur.

Forme de la question : choix forcé — « je préférerais A plutôt que B. »

5 « Ce en quoi tu es bon » se divise en deux (40%) — gardés séparés à dessein

EX — Expérience

poids 20%

Ce que tu as réellement fait. Une vraie exposition compte même quand le résultat était mitigé.

Forme de la question : track record — « j'AI fait X. »

SK — Skills

poids 20%

Ce que tu sais bien faire aujourd'hui. Une Expérience élevée avec des Skills faibles se lit comme « l'a fait, peut s'améliorer » — les skills s'apprennent, donc c'est un signal de voie d'entrée, jamais un disqualificateur.

Forme de la question : capacité — « je SAIS bien faire X. »

Les cinq dimensions portent le même poids de 20% — délibérément plat et explicable. La hiérarchie vit un niveau plus bas, dans les questions.

6 Comment une seule question note : ancrages, et le contre-profil

Chaque question se rattache à des rôles avec un poids : ± 10 ancrage central · ± 7 fort · ± 5 normal · ± 3 signal adjacent. Les poids positifs sont l'attraction — les traits centraux du rôle t'attirent. Les poids négatifs sont le contre-profil : un rôle gagne aussi des points quand son OPPOSÉ ne t'attire pas. Ne pas aimer la scène est une preuve pour le bâtisseur ; ne pas aimer la politique est une preuve pour le créateur.

C'est exactement la répartition imprimée sur tes pages Deep Dive de la Partie 1 — « attraction · crédit contre-profil · neutre » — et pourquoi elle totalise toujours ton pourcentage d'adéquation. Score ' cartes de rôle et deep dives. Voyants ' Examen de la réalité du marché. Porte ' ton rythme réaliste. Un modèle, trois couches, rien de mélangé.

Comment les rôles gagnent de l'argent : direct vs indirect

La monétisation dans les cycles tech fonctionne sur trois niveaux — Direct, Indirect et Schemes — et la différence entre eux façonne ta réserve de trésorerie, ton risque et le temps que tu attends avant d'être payé. Sous ces trois niveaux court un second axe qui décide si un rôle compose ou plafonne : le levier.

Direct — comme un salaire

Les rôles à monétisation directe génèrent des revenus immédiatement en échange d'un travail précis : salaire, honoraires, commissions, ventes de cours. Délais de récupération courts, revenu prévisible, lié à l'effort continu — le Freelancer, le Salesman, le Consultant. Prévisible et borné : tu mets de l'input, tu obtiens de l'output, et cela s'arrête quand tu t'arrêtes. Le plafond est intégré à la structure. Les rôles sans levier échangent du temps contre de l'argent et atteignent ce plafond vite ; les plus hauts revenus directs sont les rôles où le levier est intégré — le Capital Provider prend 2/20 sur tout un portefeuille, l'Infrastructure Landlord augmente sa capacité sans effort supplémentaire par client.

Indirect — comme de l'equity

Les rôles à monétisation indirecte construisent d'abord un actif — une audience, une réputation, un réseau — et le monétisent plus tard, souvent plus gros et plus durable. L'Educator, le Community Organizer, l'Open-Source Contributor. Imprévisible à court terme, potentiellement bien plus gros à long terme. Le coût, c'est l'écart : tu construis pendant des mois avant que l'actif ne rapporte, et c'est pourquoi la réserve de trésorerie et la tolérance à la douleur comptent tant pour ces rôles. Et l'indirect est souvent plus précieux que le direct — juste invisible. Retracer un arc : un podcaster dont l'émission n'a presque rien rapporté pendant des années, mais le réseau et l'expertise bâtis en chemin l'ont fait CEO d'une entreprise avec 2,2 Md\$ d'actifs stakés. Lis seulement la colonne directe et l'Educator ressemble à un mauvais choix ; lis la colonne indirecte et c'est une phase de construction pour un rôle plus grand.

Schemes — l'extraction est un spectre

Il y a un troisième niveau que la version honnête de ce chapitre doit nommer : les schemes — les façons dont chaque rôle peut exploiter son avantage informationnel ou sa position structurelle pour profiter de manière disproportionnée. Et ce n'est pas le monopole du Charlatan. Chaque rôle, sans exception, a des schémas d'extraction, de l'asymétrie de savoir légitime du consultant au gatekeeping de l'économie du don chez le connector. Un consultant vendant une « stratégie blockchain » pour 200 k€ à une entreprise dans le brouillard ne commet pas de fraude au sens juridique — mais l'asymétrie de savoir relève du même principe qu'une arnaque au token, juste en habits différents. La différence est graduelle, pas catégorielle. Voir cela clairement te protège deux fois : contre ta propre naïveté, en tant que victime du schéma de quelqu'un d'autre, et contre la surconfiance morale — la croyance que ta propre monétisation serait d'une manière ou d'une autre exempte d'extraction.

L'axe plus profond — les quatre formes de levier de Naval

Traversant les trois niveaux se trouve le facteur qui décide réellement si un rôle compose d'un cycle à l'autre ou reste coincé sur heures-fois-tarif : le levier, au sens de Naval Ravikant. Il existe quatre formes, et le même jeu de compétences se monétise radicalement différemment selon le nombre d'entre elles auquel le rôle te donne accès. Les rôles à plusieurs formes de levier composent ; les rôles sans aucune atteignent un plafond vite, quel que soit le tarif.

Code

se réplique pendant que tu dors

Un logiciel, un produit, une base de données, un algorithme — construit une fois, il sert le millième client aussi facilement que le premier. Les outils du Developer, le produit du Founder, la base de données du Curator, le système de trading de l'Arbitrageur.

Media

atteint sans toi présent

Une audience, une signature, une réputation, un track record public — cela fonctionne à travers les fuseaux horaires et pendant que tu dors, et compose à chaque publication. L'audience de l'Educator, le rapport de l'Analyst, la signature du Journalist.

Capital

de l'argent qui gagne de l'argent

Du capital investi, un fonds levé, de la réserve de trésorerie. Le Capital Provider gagne 2/20 sur tout le portefeuille ; le Scaler transforme l'argent levé en une vitesse qu'un rival bootstrappé ne peut égaler. La forme au plus fort levier — et celle avec la barrière d'entrée la plus haute.

Labor

l'effort d'autres personnes

Une équipe, des associés, des bénévoles, des TAs de cohorte. La forme de levier la plus familière et celle qui passe le plus mal à l'échelle — elle a besoin de management et ne se réplique pas gratuitement. L'équipe de livraison du Consultant, le studio de l'Educator, les ingénieurs du Scaler.

Lis ceci par ta forme de levier la plus faible. Si tu choisis entre deux rôles aux économies horaires similaires, prends celui qui a le plus de formes de levier — c'est celui qui te paiera encore dans cinq ans. Le Connector qui n'a qu'un réseau est structurellement plus faible que le Connector qui gère aussi une conférence et un syndicat de business angels ; l'Educator qui n'a qu'une audience est plus faible que celui qui a une audience plus une plateforme de cours plus une cohorte plus une équipe de studio — la stack complète Media-plus-Code-plus-Labor d'Ali Abdaal. Ni le Direct ni l'Indirect n'est « meilleur » — ils conviennent à des profils de risque différents. Mais le levier est ce qui transforme l'un ou l'autre en quelque chose qui compose au lieu de plafonner. Si ta réserve de trésorerie est courte, un rôle indirect sans levier comme unique pari est dangereux ; si tu peux attendre, un rôle indirect à levier compose d'une façon qu'aucun tarif horaire n'atteindra jamais.

Entrer : les trois voies

Il existe trois façons légitimes d'entrer dans n'importe quel rôle. La plupart des entrées réussies en combinent deux ou trois ; les entrées par une seule voie pure ont des modes d'échec caractéristiques. Ta recommandation personnalisée se trouve dans la section « Ta voie d'entrée » plus tôt dans ce rapport — ceci est la carte générale derrière elle.

Cold Water

Choisis le rôle, fais la première étape concrète, et laisse la compétence émerger de l'action. C'est la route la plus rapide de la décision à un output visible et elle ne demande la permission de personne. Le prix, c'est de publier visiblement un premier travail grossier, et cela échoue de deux façons : s'effondrer à la première critique publique, ou tourner sans fin sur la qualité sans jamais produire assez de volume. Idéal pour les Practitioners prêts à se spécialiser et les Veterans qui secouent leur dérive.

Helper — et ses trois modes

Sers quelqu'un qui est déjà dans le rôle au lieu de lancer ta propre version — mais sois honnête sur celui des trois modes dans lequel tu es, car ils ne sont pas équivalents. Un Onramp est une version junior du rôle que tu veux réellement — triage d'issues pour un mainteneur, édition pour un educator, modération pour un organizer — où la compétence et les relations se construisent pendant que tu sers et où tu vises ta propre promotion. Le Service est de l'exécution de tâches rémunérée sans montée en gamme prévue : un travail légitime, mais qui ne compose pas en ton propre rôle. L'aide relationnelle ne construit ni compétence ni revenu et ne vaut la peine que si les relations génèrent quelque chose en aval — sinon c'est une perte de temps déguisée en networking. Le piège, c'est le mode confortable qui ne devient jamais ta propre ascension. Habituellement la première entrée naturelle pour les Newcomers.

Own Learning

Étude délibérée — cours, livres, side-projects, katas — avant ou en parallèle du rôle. Elle te donne le modèle mental que les deux autres voies appliquent ensuite. Son unique mode d'échec est le Drifter : accumuler du contexte indéfiniment sans jamais choisir une position. Ne fais cela qu'avec un rôle cible déjà en vue ; apprendre sans destination n'est que de la procrastination sophistiquée.

Combine-les, n'en choisis pas une

La réponse pragmatique est rarement une voie unique. La combinaison canonique fait tourner les trois à la fois, avec une nette division du travail : l'Learning te donne le modèle, l'Helping te donne les relations, et une micro-étape Cold-Water à côté te donne l'output visible de l'extérieur. Chacune couvre la faiblesse des autres — la micro-étape empêche l'apprenant de dériver, l'apprentissage empêche le faiseur d'expédier des bêtises, l'aide empêche les deux de travailler dans le vide.

D'où tu pars

Aucune de ces voies n'est un jugement de caractère ; chacune correspond simplement à une voie par défaut. Un Newcomer — nouveau dans le domaine, réseau mince — commence généralement en Helper, construisant sa compétence en servant. Un Practitioner aux compétences adjacentes, prêt à se spécialiser, est mieux servi par Cold Water ou un Own-Learning ciblé ; la voie Helper est souvent trop lente pour lui. Un Veteran porte une matière profonde mais risque de devenir le Senior-Wanderer : que de la compétence, aucun output récent, deux ans de consommation pris pour de l'engagement. Le test honnête pour un Veteran n'est pas « ai-je déjà livré ? » mais « ai-je fait le moindre mouvement propre au cycle au cours des 12 derniers mois ? »

Effort d'entrée : combien de mise en place — Classe 1, 2 ou 3

Une question distincte de celle de la voie que tu empruntes : combien faut-il construire avant le jour un. La Classe 1 (sans permission) signifie que tu peux publier, commit, poster ou trader quelque chose de visible dès aujourd'hui —

quatorze des rôles fonctionnent ainsi, et en échantillonner deux ou trois en parallèle est légitime. La Classe 2 (phase de construction) a besoin que quelque chose de substantiel soit assemblé d'abord — un produit, un véhicule de fonds, un événement — typiquement trois à douze mois, et elle récompense la focalisation plutôt que l'échantillonnage. La Classe 3 (spécialisation de carrière) repositionne un emploi, une pratique ou un diplôme existant sur le nouveau cycle plutôt que de partir de zéro. Plusieurs rôles sont des hybrides dans lesquels tu peux entrer par plus d'une classe ; la classe de ton propre rôle est indiquée sur ta page Voie d'entrée.

Un raccourci se situe hors des trois voies : reprendre plutôt que partir de zéro. Pour les rôles à forme de produit, cela veut dire acheter — acquérir un petit produit existant, un micro-SaaS ou une newsletter sur une marketplace comme MicroAcquire ou Flippa et hériter de clients payants dès le premier jour, souvent moins risqué que de construire l'adéquation au marché à partir de rien (à l'autre bout du cycle, c'est ce que font les acteurs en place — Stratasys rachetant MakerBot, IBM rachetant Red Hat). Pour les rôles de steward, c'est le même mouvement sous forme humaine : les communautés, les repos open-source, les événements et les newsletters perdent leur organisateur ou leur mainteneur constamment, et succéder à quelqu'un qui se retire te remet l'audience et l'élan, pas seulement l'idée. Une reprise est aussi une entrée — parfois capitalisée, parfois juste une offre d'aide bien synchronisée.

Quand le blocage n'est pas la compétence

Parfois ce qui t'arrête n'est pas la voie mais l'obstacle en dessous — et il y en a trois. Une lacune d'artisanat (« je ne sais pas vraiment comment Substack, Stripe ou n8n fonctionnent ») est réelle mais la plus solvable ; c'est exactement à cela que servent les tutoriels, le guide de mise en œuvre et les outils de codage IA. Une lacune de confiance en soi (« ai-je quelque chose qui vaille la peine d'être dit, puis-je facturer pour ça ? ») se dissout le plus vite non par le labeur solitaire mais par la voie Helper, car l'échafaudage relationnel reconstruit la confiance plus vite que travailler seul. Le troisième est d'une autre nature : un décalage de rôle (« puis-je vraiment encaisser un retour de bâton public chaque semaine, ou la solitude du fondateur pendant deux ans ? ») n'est pas un défaut à surmonter à la force du poignet. C'est un signal correct. Si le travail quotidien du rôle que tu imaginais te vide dès les trente premiers jours, ce sont des données, pas un échec — et il y a vingt et un autres rôles.

Le MBTI, expliqué

Parce que tu nous as indiqué ton type Myers-Briggs, ce rapport peut l'utiliser comme une lentille supplémentaire sur les rôles qui pourraient te convenir. Mais un code de quatre lettres n'est utile que si tu comprends vraiment ce qui se cache derrière — et la plupart des gens ont passé le test une fois, retenu leurs lettres, et oublié le reste. Cette section explique donc tout le système en repartant de zéro : les quatre lettres, les huit « fonctions cognitives » sous-jacentes qui font le vrai travail, et les quatre familles dans lesquelles se répartissent les seize types. Puis elle te montre où se situe ton propre type dans tout ça.

LIS CECI COMME UNE LENTILLE, PAS UN VERDICT

D'abord une mise en garde honnête, parce que ce rapport ne vend pas de certitude. Le MBTI est populaire et réellement utile pour se reconnaître, mais ce n'est pas une science exacte : repasse le test quelques semaines plus tard et environ 40 à 75 pour cent des gens obtiennent un type différent (Pittenger, 1993), et des critiques comme Adam Grant l'ont qualifié de « pas mieux qu'un horoscope ». Traite-le comme le fait ce rapport — comme une lentille pour générer des hypothèses sur ce qui te convient, pas un verdict sur qui tu es. Ce qui compte, c'est la résonance : si une description te correspond, sers-t'en ; sinon, laisse-la de côté. Tes scores de rôle plus haut dans ce rapport tiennent entièrement seuls et ne dépendent en rien de tout cela.

Les quatre lettres

Les quatre lettres sont quatre préférences de type « soit l'un, soit l'autre ». « Préférence » est le mot clé — comme être droitier ou gaucher : tu peux utiliser les deux, mais l'un te vient naturellement et l'autre demande un effort. Personne n'est entièrement d'un seul pôle, et aucun pôle n'est meilleur que son opposé.

D'où vient ton énergie

E Extraversion

TOI

Tu penses à voix haute et tu te ressources au contact des autres ; tu as tendance à agir d'abord et à réfléchir ensuite. Un éventail de relations plus large, dynamisé par l'interaction.

I Introversi

Tu réfléchis avant de parler et tu te ressources dans la solitude ; tu réfléchis d'abord et tu agis ensuite. Des relations moins nombreuses mais plus profondes — le risque discret est de sous-vendre une réelle contribution.

Ce à quoi tu prêtes attention

S Sensation

Tu fais confiance aux faits, aux détails et à ce qui se trouve concrètement devant toi ; tu excelles dans l'exécution précise et l'achèvement de systèmes réels.

N Intuition

TOI

Tu fais confiance aux schémas, aux possibilités et à la direction que les choses pourraient prendre ; tu excelles dans la vision, les pivots et la mise en relation de domaines éloignés. (Abrégée N pour ne pas entrer en collision avec Introversi.)

Comment tu décides

T Pensée

TOI

Tu décides par la logique, la cohérence et la relation de cause à effet, et tu critiques librement ; l'équité, c'est la même règle pour tous.

F Sentiment

Tu décides en fonction de l'effet sur les gens et des valeurs partagées, et tu exprimes ouvertement ta reconnaissance ; l'équité, c'est peser les circonstances individuelles. Ce sont des préférences, pas des plafonds — comme le note Adam Grant, une personne de type Pensée peut se soucier profondément des autres et une personne de type Sentiment peut raisonner sans pitié.

Comment tu abordes le monde extérieur

J Jugement

Tu aimes la clôture — tu planifies à l'avance, tu décides tôt, et les affaires réglées te font du bien. Le risque est de décider trop vite.

P Perception

TOI

Tu aimes rester ouvert — tu rassembles davantage, tu décides tard, et la flexibilité te fait du bien. Le risque est que rien ne se referme vraiment.

Tes quatre lettres — **ENTP** (The Visionary) — ne sont que l'abréviation. Ce qui pilote réellement le type, c'est la mécanique en dessous, dans les pages suivantes.

Les huit fonctions cognitives

Sous les quatre lettres se trouve la partie que presque personne n'apprend : les huit fonctions cognitives. Les lettres décrivent tes préférences ; les fonctions décrivent les mouvements mentaux que tu fais réellement, et dans quel ordre. Il en existe deux versions de chacune — l'une tournée vers l'intérieur (introvertie, un « i » minuscule), l'autre tournée vers l'extérieur (extravertie, « e ») — à travers les quatre activités mentales que sont la Pensée, le Sentiment, l'iNtuition et la Sensation.

Ti

Pensée introvertie · dans ta stack

Construire un modèle précis et cohérent en interne de la façon dont quelque chose fonctionne, pour lui-même. Se demande « est-ce logiquement vrai ? » — l'impulsion de démonter une idée jusqu'à ce qu'elle soit cohérente.

Te

Pensée extravertie

Organiser le monde extérieur pour obtenir des résultats — plans, indicateurs, systèmes, décisions. Se demande « est-ce que ça marche, et peut-on le livrer efficacement ? »

Fi

Sentiment introverti

Une profonde boussole intérieure de valeurs personnelles et d'authenticité. Se demande « est-ce que cela correspond à ce que je crois être juste ? » — silencieuse, fermement ancrée, difficile de t'en faire changer.

Fe

Sentiment extraverti · dans ta stack

Lire et entretenir le champ émotionnel d'un groupe — l'harmonie, les besoins des autres, la chaleur sociale. Se demande « comment cela est-il reçu par les personnes concernées ? »

Ni

Intuition introvertie

Converger vers une intuition profonde, ou vers la direction que les choses prennent discrètement. Se demande « qu'est-ce que c'est vraiment, en dessous ? » — une synthèse qui peut ressembler à un savoir avant même de pouvoir l'expliquer.

Ne

Intuition extravertie · dans ta stack

S'ouvrir en éventail vers les possibilités et les connexions. Se demande « qu'est-ce que cela pourrait être d'autre — et si... ? » — le générateur d'idées qui voit dix branches à partir d'une seule graine.

Si

Sensation introvertie · dans ta stack

Une bibliothèque interne détaillée de l'expérience passée et de la façon dont les choses sont de manière fiable. Se demande « comment cela a-t-il marché auparavant ? » — la mémoire du détail qui empêche les choses de casser.

Se

Sensation extravertie

Une attention en prise directe avec le présent concret — ce qui se passe réellement en ce moment. Se demande « qu'exige l'instant ? » — rapide, adaptative, pratique.

Les quatre familles

Prends du recul et les seize types se répartissent en quatre familles, regroupées selon les deux lettres du milieu — ce à quoi tu prêtes attention (S ou N) croisé avec la façon dont tu décides (T ou F). Chaque famille a un centre de gravité reconnaissable et un ensemble de domaines dans lesquels elle se concentre (les pourcentages proviennent des données professionnelles d'Isabel Myers). Ce sont des tendances, pas des barrières : elles t'indiquent quelles voies méritent d'être explorées en premier, pas les seules voies qui te sont ouvertes.

NT iNtuitifs Pensée INTJ · INTP · ENTJ · ENTP

TA FAMILLE

La famille des systèmes et de la stratégie — logique, ingénieuse, attirée par l'abstraction et prête à parier sur des idées mal définies. 77 % des chercheurs scientifiques dans les données de Myers étaient NT. Penche vers la recherche, la R&D en ingénierie, la technologie, la stratégie et le droit — et, dans les termes de ce rapport, les rôles Tech Builder et Founder-Scaler.

NF iNtuitifs Sentiment INFJ · INFP · ENFJ · ENFP

La famille du sens et des gens — enthousiaste, perspicace, mue par les valeurs et le récit. 76 % des échantillons de conseil (counseling) étaient NF. Penche vers l'écriture, l'enseignement, la psychologie et le plaidoyer — et ici, les rôles Knowledge Producer et Bridge Builder.

ST Sensation Pensée ISTJ · ISTP · ESTJ · ESTP

La famille du pratique et du précis — pragmatique, fiable, solide avec les systèmes concrets et l'exécution. 64 % des comptables dans l'échantillon de Myers étaient ST. Penche vers la finance, l'ingénierie, la comptabilité et les opérations — et ici, les rôles d'implémentation, de produit et institutionnels.

SF Sensation Sentiment ISFJ · ISFP · ESFJ · ESFP

La famille du concret et du soin — compatissante, amicale, à l'écoute des gens réels dans le présent. 81 % des échantillons de vente/service étaient SF. Penche vers la vente, le service, la santé et l'enseignement de terrain — et ici, les rôles tournés vers la relation.

Comment ENTP fonctionne vraiment

Chaque type met en œuvre quatre de ces huit fonctions dans un ordre fixe — sa « pile de fonctions ». L'ordre compte plus que la liste, car la première, c'est qui tu es en pilotage automatique, et la dernière, c'est là où tu es maladroit et là où le stress atterrit.

Ne

1ST · DOMINANT

Extraverted Intuition

Fanning outward into possibilities and connections. Asks 'what else could this be — what if?' — the idea-generator that sees ten branches from one seed.

Dominant: Your effortless default — the mental move you trust most and reach for without thinking. It's the strongest colour in how you see the world.

Ti

2ND · AUXILIARY

Introverted Thinking

Building a precise, internally consistent model of how something works, for its own sake. Asks 'is this logically true?' — the impulse to take an idea apart until it's coherent.

Auxiliary: Your strong right hand. It balances the dominant — if the dominant points inward, this one reaches outward — and it's the function most worth deliberately developing.

Fe

3RD · TERTIARY

Extraverted Feeling

Reading and tending the emotional field of a group — harmony, others' needs, social warmth. Asks 'how does this land for the people involved?'

Tertiary: A supporting move that tends to strengthen with age and experience, rounding you out as you mature.

Si

4TH · INFERIOR

Introverted Sensing

A detailed internal library of past experience and how things reliably are. Asks 'how has this worked before?' — the memory for detail that keeps things from breaking.

Inferior: Your blind spot and your stress-point — underdeveloped, a little sore to use, and where growth costs the most. When you're overwhelmed, this is usually what's misfiring.

Le motif à retenir : ta **Ne** est sans effort et ta **Si** est là où vivent le stress et la croissance. L'essentiel du développement consiste vraiment à faire mûrir la deuxième fonction et à faire la paix avec la quatrième.

ENTP — The Visionary

Inspired, entrepreneurial innovators drawn to intellectually challenging problems and quick to float a new idea — among the most creative types, and paradoxically among the most dissatisfied despite high income.

Là où c'est fort

Anticipating what's coming and exploring options others dismiss too soon.

Là où c'est sensible — ta marge de croissance

Inferior Si: QA, compliance and long-term execution-follow-through drain them.

Ta stack, en une ligne

Ne · Ti · Fe · Si · de la dominante à l'inférieure.

Où se situe ton type

Les seize types, par famille. Le tien est mis en évidence — la résonance est le signal, alors si un voisin te correspond mieux que ta propre étiquette, fais-lui confiance.

NT — INTUITIFS PENSÉE

INTJ The Mastermind	INTP The Architect	ENTP The Visionary	ENTJ The Commander
-------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------

NF — INTUITIFS SENTIMENT

INFJ The Counselor	INFP The Healer	ENFP The Champion	ENFJ The Teacher
------------------------------	---------------------------	-----------------------------	----------------------------

ST — SENSATION PENSÉE

ISTJ The Inspector	ISTP The Craftsman	ESTP The Dynamo	ESTJ The Supervisor
------------------------------	------------------------------	---------------------------	-------------------------------

SF — SENSATION SENTIMENT

ISFJ The Protector	ISFP The Composer	ESFP The Performer	ESFJ The Provider
------------------------------	-----------------------------	------------------------------	-----------------------------

Ce que tes réponses révèlent

La couche d'interprétation — comment tes réponses spécifiques ont été lues pour produire ce résultat. Elle n'ajoute aucun nouveau score ; elle explique le raisonnement derrière les chiffres que tu as déjà vus.

Bloc d'observation personnelle

Tu navigues l'IA selon une logique d'**urgence et de conviction fortes** — ton style de réponse révèle quelqu'un qui tranche net, qui ne campe pas en terrain neutre. 67% de tes réponses aux extrêmes (1 ou 7), c'est le signal d'une personne qui sait ce qu'elle pense, ou du moins qui s'engage totalement dans chaque jugement. Ce n'est pas de l'indécision : c'est de la certitude distribuée sur plusieurs dimensions, ce qui crée une vraie tension.

Ta distribution de rôles reste diffuse — pas de pic écrasant, plutôt un paysage relativement aplani. Cela suggère soit une identité encore en formation dans ce cycle, soit quelqu'un d'opportuniste qui ajuste son rôle selon le contexte et les ouvertures. Ce n'est pas une faiblesse. C'est un profil **transitoire ou hautement contextuel**, particulièrement courant chez les premiers mouvements dans les cycles immatures de l'IA.

Ce qui crée la vraie tension : tu scores fort simultanément sur deux rôles opposés — l'un ancré dans l'**animation collective et la légitimité par les pairs**, l'autre dans la **capacité technique et l'autonomie d'exécution**. Ces deux énergies pointent en directions différentes. L'une gagne en autorité par la relation ; l'autre par la démonstration. Tu peux les servir toutes deux, mais pas au même moment avec la même ressource.

Tes plus grandes contraintes ne sont

Liste de lectures transversale

Ces sources s'appliquent quel que soit le rôle que tu poursuis — le contexte macro dans lequel opère chaque rôle du cycle du hype.
Source : The Hype Cycle Playbook Implementation Guide v19.

LE CONTEXTE MACRO & LA THÉORIE DU CYCLE

Situational Awareness (2024) — Leopold Aschenbrenner

L'analyse macro de l'IA post-2023 la plus importante — calendriers de l'AGI, mise à l'échelle du calcul, géopolitique. Elle répond à « qu'est-ce qui arrive ? » ; ce rapport répond à « comment te positionnes-tu ? » Gratuit sur situational-awareness.ai.

Technological Revolutions and Financial Capital (2002) — Carlota Perez

La théorie macro sur laquelle repose tout ce framework — Installation, Point de bascule, Déploiement. « Perez pour les carrières. »

Crossing the Chasm (1991, 3rd ed. 2014) — Geoffrey Moore

Le cycle de vie de l'adoption technologique et l'écart entre les adopteurs précoces et le grand public — la logique de timing sous la fenêtre d'opportunité de chaque rôle.

Diffusion of Innovations (1962) — Everett Rogers

Les catégories d'adopteurs décrivent qui adopte une technologie ; toi, tu es côté offre, à décider qui profite de cette adoption, alors connaître la courbe de la demande est une littérature de base.

EU AI Act — Summary & Timeline — European Commission

Si tu opères en Europe, ceci façonne chaque rôle ; la conformité n'est pas optionnelle. Gratuit sur ec.europa.eu.

a16z AI Canon — Andreessen Horowitz

Une liste curatée d'articles, de posts et de cours fondateurs sur l'IA — un bon point de départ pour la littérature technique à travers les rôles. Gratuit sur a16z.com.

LEVIER & AVANTAGE ASYMÉTRIQUE

The Almanack of Naval Ravikant — Eric Jorgenson

La pensée du levier — code, médias, capital, travail — plus la connaissance spécifique, qui s'applique à la stratégie de mise à l'échelle de chaque rôle. Gratuit.

The Millionaire Fastlane (2011) — MJ DeMarco

Le test CENTS (Control, Entry, Need, Time, Scale) — un filtre rapide pour savoir si un rôle ou une offre que tu choisis peut réellement composer au lieu de simplement payer à l'heure.

Zero to One (2014) — Peter Thiel

La pensée à contre-courant comme avantage asymétrique — la discipline de trouver la position que les autres ont écartée, utile quel que soit le rôle que tu occupes dans un cycle encombré.

SCIENCE DE LA CARRIÈRE & DU POSITIONNEMENT

So Good They Can't Ignore You (2012) — Cal Newport

La maîtrise de la compétence précède la passion, pas l'inverse — l'argument pour construire d'abord des compétences rares et précieuses, quel que soit le rôle que tu testes.

Deep Work (2016) — Cal Newport

La distinction produire-versus-consommer — l'antidote au piège du consommateur de tutoriels où tu continues d'apprendre sans jamais livrer, un mode d'échec commun à chaque rôle.

Making Vocational Choices — RIASEC (1973 / 1997) — John L. Holland

L'épanouissement dépend de l'adéquation entre la personnalité et l'environnement — la base pour lire une inadéquation de rôle comme un signal correct pour bouger, pas comme un défaut à surmonter à la force du poignet.

Mindset (2006) — Carol S. Dweck

Le cadrage croissance-versus-figé — que tu traites une lacune de métier comme surmontable ou comme un verdict identitaire, ce qui décide de ta réaction à un échec précoce dans n'importe quel rôle.

RÉSEAU, COMMUNAUTÉ & RELATIONS

Swarmwise (2013) — Rick Falkvinge

Un manuel tactique d'une soirée pour tout rôle qui construit une audience ou une communauté — les Trois Tailles de Groupe Magiques (7/30/150), les réunions comme battements de cœur, la Loi des Deux Pieds. Gratuit sur falkvinge.net.

Never Eat Alone (2005) — Keith Ferrazzi

La mécanique relationnelle sous chaque rôle — le Ping System pour garder les liens chauds, parrainer les juniors, et les dîners curatés comme format de réseautage à plus fort levier.

Give and Take (2013) — Adam Grant

Les donneurs surperforment les preneurs sur le long terme — et demander généreusement et explicitement fait partie de ce que font les donneurs ; le rapport traite le sous-demander comme la lacune transversale la plus courante.

The Strength of Weak Ties (1973) — Mark Granovetter

Pourquoi les connaissances lâches portent une information et des opportunités disproportionnées — le mécanisme derrière l'importance d'élargir ton réseau aux marges dans chaque rôle.

VENTE, PERSUASION & COMMUNICATION

\$100M Offers (2021) — Alex Hormozi

La plupart des problèmes « je ne sais pas vendre » sont en réalité des problèmes d'offre — c'est l'ancrage de construction d'offre, et tout rôle payé finit par nécessiter une offre claire et tarifée. Environ 10 euros.

Predictable Revenue (2011) — Aaron Ross

L'ancrage du processus outbound — les sources de leads Seeds/Nets/Spears et pourquoi 30 emails froids recherchés battent 1000 templatés ; pertinent pour tout rôle qui doit atteindre des inconnus.

Influence (1984) — Robert Cialdini

Les six principes (réciprocité, engagement, preuve sociale, sympathie, autorité, rareté) — la mécanique comportementale sous chaque pitch, demande et construction d'audience à travers les rôles.

Supercommunicators (2024) — Charles Duhigg

Distinguer les conversations de décision, émotionnelles et identitaires — plus le looping-for-understanding, la micro-compétence qui manque le plus aux bâtisseurs jusqu'à ce qu'une conversation à fort enjeu dérape.

MARCHÉS, RISQUE & MÉTHODOLOGIE

The Winner-Take-All Society (1995) — Robert Frank & Philip Cook

Pourquoi de petites différences de capacité se traduisent par de vastes différences de récompense dans les marchés tech concentrés — la raison structurelle pour laquelle le positionnement et le timing comptent tant.

Antifragile (2012) — Nassim Nicholas Taleb

Profiter de la volatilité plutôt que simplement y survivre — une lentille pour choisir des rôles et des paris qui gagnent à la turbulence du cycle au lieu de se briser sous elle.

Fooled by Randomness (2001) — Nassim Nicholas Taleb

Le biais du survivant et la chance-versus-compétence dans les résultats — un garde-fou contre le fait de copier des gagnants visibles sans voir le cimetière invisible de ceux qui ont joué le même coup.

Bastian Brand, Ph.D.



Auteur du Hype Cycle Playbook — l'analyse structurelle des 23 rôles qui reviennent à chaque vague technologique. Tous les rôles, dimensions et règles de scoring de ce rapport viennent de ce cadre.

Consultant en stratégie et analytics à Munich. Ph.D. en administration des affaires (Université de Mayence), formation en études européennes (IEP Paris).

Merci d'avoir fait l'évaluation. Si ce rapport a fait bouger quelque chose pour toi : la suite se passe sur roletype.com — et ton retour y est le bienvenu.

roletype.com