



MON PARCOURS

JAVED VAYID

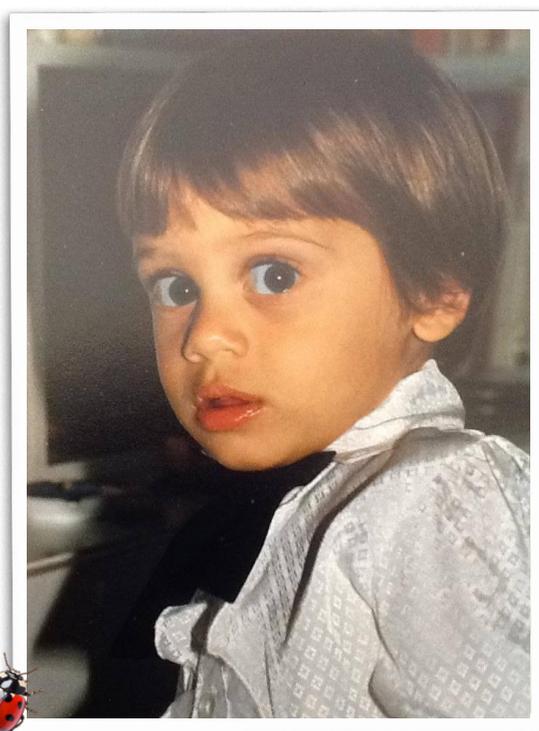
LES PREMIÈRES ANNÉES – DE LA MALICE AUX MIRACLES

Né le 2 juillet 1984 sur la petite île de Maurice, mon enfance était, pour autant que je m'en souviens, une oasis de paix et de tranquillité. Grandir dans un tel environnement a posé les bases de ma créativité et de mon amour pour l'exploration. L'un de mes souvenirs les plus anciens remonte à mes jours à l'école maternelle, où j'ai été initié à l'apprentissage par le jeu. À cette époque, une coccinelle s'est posée sur moi – un moment qui m'est resté gravé en mémoire depuis. Quand on se souvient d'un moment de manière si vive, surtout s'il semble insignifiant, cela porte généralement une signification plus profonde. Les coccinelles sont considérées comme des symboles spirituels de chance et de protection. En y repensant, peut-être que cette petite rencontre était un signe du voyage incroyable sur lequel j'allais m'embarquer.

Mes deux parents ont travaillé dur pour m'assurer l'accès à la meilleure éducation possible. Leurs sacrifices sont quelque chose pour lequel je leur serai éternellement reconnaissant, car ils ont posé les bases de tout ce qui a suivi dans ma vie. J'ai toujours été un rêveur – tête en l'air – imaginant constamment de nouveaux mondes et possibilités

La Malice Précoce

Il n'a pas fallu longtemps pour que mon côté malicieux se manifeste. L'une de mes histoires préférées de l'enfance s'est produite quand j'avais environ 8 ans. Un jour, j'ai décidé d'inviter toute ma classe chez moi pour une fête. J'ai dit à tout le monde que leurs parents étaient déjà informés et que nous avions une grande célébration prévue. Les téléphones portables n'existaient pas à l'époque, donc le chauffeur de bus ne pouvait pas vérifier mon histoire (ça me fait encore rire qu'elle ait laissé monter autant d'enfants au hasard). À la surprise de mes parents, 10 enfants sont arrivés chez nous après l'école, tous excités pour la fête qui n'existait pas. Cet incident reflète le genre de bêtises dans lesquelles je me lançais enfant – mais aussi ma capacité à rassembler les gens



LA VIE SCOLAIRE ET LA SOCIALISATION

L'école était quelque chose que j'appréciais – mais pas pour les cours. La plupart du temps, je me retrouvais à regarder par la fenêtre, perdu dans mes pensées, à rêver éveillé. Je n'étais pas engagé dans les leçons et j'étais plus intéressé par la socialisation et le temps passé avec mes amis que par l'attention en classe. C'est drôle parce que je me suis toujours considéré comme un introverti, mais je m'intégrais naturellement dans différents groupes sociaux. Je pense qu'on appelle ça être ambivert, mais à en juger par le fait que j'ai besoin de temps seul pour recharger mes batteries internes, je dirais que je penche définitivement plus vers l'introversiion. Quand je rentrais à la maison, je pouvais m'allonger sur le canapé pendant des heures, écouter de la musique, et laisser mon imagination s'emballer. Mes parents ont peut-être pensé que j'avais de l'autisme par moments parce que j'étais si absorbé dans mon propre monde.

Une chose qui est restée constante tout au long de ma vie, c'est que j'ai toujours été un rêveur. Même enfant, je sentais qu'il y avait quelque chose de plus grand qui m'attendait, quelque chose que je devais partager avec le monde. J'étais fasciné par tout ce qui se passait dans les années 90 – de la musique à la télévision, en passant par le sport et la mode. Les années 90 étaient une ère dorée, et j'absorbais tout, surtout les thèmes binaires du bien et du mal des mangas. Je m'identifiais toujours aux personnages outsiders, ceux qui paraissaient faibles au début et débloquaient progressivement leur potentiel. C'était une période d'intense créativité, mais une grande partie de cette énergie restait enfermée en moi, attendant le bon moment pour être libérée.

Un Tournant : Du Dernier au Premier

Ce n'est qu'au cours de mes deux dernières années de lycée que quelque chose a changé. J'ai réalisé que si je ne prenais pas mes études au sérieux, je resterais coincé à Maurice, incapable de poursuivre mes rêves d'étudier à l'étranger. Mes parents, malgré leurs meilleurs efforts, ne pouvaient pas se permettre de m'envoyer outre-mer, et je savais que décrocher la bourse d'excellence de l'ambassade de France – une bourse prestigieuse offerte aux meilleurs élèves – était mon seul billet de sortie. L'objectif était immense, mais pour la première fois, j'ai canalisé toute mon énergie vers une seule chose. Comment passer du pire élève de la classe au meilleur ? Ne me demandez pas comment, mais je l'ai fait.

C'est à cette époque que j'ai commencé à comprendre le pouvoir de l'intention. Quand votre esprit, votre corps et votre âme sont pleinement alignés, concentrés sur un objectif unique, des choses au-delà de la simple logique peuvent se produire. J'ai commencé à croire que les miracles étaient possibles quand on se concentre comme un laser sur un seul but. Cette nouvelle croyance au pouvoir du moment présent, combinée à un travail acharné et constant, m'a porté à travers les nombreux défis que j'allais affronter en commençant mon parcours entrepreneurial.

De mes premières années, j'ai appris la valeur de l'imagination et de la créativité, même si elle s'exprimait souvent par la malice. J'ai réalisé l'importance de connexions sociales solides, et comment rassembler les gens, même de manière inattendue. Mon temps passé à rêver m'a appris à penser au-delà des limitations, et concentrer toute mon énergie sur un seul objectif m'a montré le pouvoir de l'intention et du travail acharné combinés. Ces leçons précoces ont posé les bases des défis et des succès que j'allais affronter à l'avenir.

Les Années Universitaires et les Premiers Pas dans les Événements

Avant de plonger dans ma vie professionnelle, je dois parler de mon temps à l'université/école de commerce en France – ou, plus précisément, de mon manque de temps passé à étudier. Dès que je suis arrivé à l'université, je suis retombé dans mes vieilles habitudes. Je passais la plupart de mes journées à faire la fête, à socialiser et à trouver n'importe quelle raison pour éviter la salle de classe. La vérité, c'est que les études n'ont jamais été pour moi. Je ne pouvais tout simplement pas rester assis en cours toute la journée. Ce n'est pas que je ne voulais pas apprendre – en fait, j'adore apprendre – mais j'ai toujours appris le mieux à partir d'expériences réelles et des gens. Si j'ai besoin de comprendre quelque chose de spécifique, je prends un livre et je m'y plonge, mais cet environnement académique formel et structuré n'était pas pour moi.

J'ai commencé à réaliser que presque rien de ce que j'apprenais à l'université ne m'apportait de réelle valeur. De plus, j'avais un problème avec l'autorité et le fait d'être dirigé, et être seul en France n'aidait pas avec ma discipline personnelle. Je préférais être dehors, à vivre des expériences. C'est alors que j'ai eu cette terrible idée d'organiser un défilé de mode de classe mondiale à Maurice – parce que, pourquoi pas ? Avec le recul, c'était une idée assez folle, et je n'étais pas exactement qualifié pour la réaliser, mais je suppose que c'est ça qui rendait ça amusant.

Le spectacle s'appelait Octopussy (oui, ma créativité était définitivement encore enfermée à l'époque). C'était ma première véritable incursion dans le monde des affaires, où j'ai vécu tous les aspects d'un parcours entrepreneurial : construire un réseau dans une industrie que je ne connaissais pas (la mode), concevoir un plan d'affaires, et convaincre deux amis de rejoindre le projet – l'un avec de l'argent, l'autre avec des contacts politiques. Ce qui est encore plus surprenant, c'est que nous avons réussi à attirer un niveau incroyable de talents : des mannequins confirmés avec des couvertures de magazines, des participantes à Miss France, et même des célébrités de télé-réalité. C'était incroyable que nous ayons obtenu ce calibre de talents pour le spectacle, étant donné notre inexpérience.

À l'époque, j'avais mes revenus de bourse, et je vendais aussi des vêtements et accessoires de Maurice sur eBay avec une marge de profit de 300 %, ce qui aidait à couvrir les coûts de base. Grâce à ce projet, j'ai appris à sécuriser des sponsorings, à gérer des fournisseurs qui ne me respectaient pas à cause de mon inexpérience, et à négocier avec des fonctionnaires gouvernementaux pour des permis et des subventions. J'ai aussi appris à gérer les egos de huit mannequins – un défi en soi. J'ai mal budgété, lutté pour vendre et promouvoir un défilé de mode, et commis beaucoup d'erreurs de débutant, mais d'une manière ou d'une autre, nous avons réussi.

Pour un premier projet, je le considère comme un succès, compte tenu de l'énorme écart entre notre inexpérience et le résultat final. Même si nous n'avons vendu que 40 % des billets disponibles, nous avons sécurisé un nombre surprenant de sponsors, y compris des hôtels 5 étoiles, des marques de mode et des médias. Nous avons reçu un mélange d'argent et de soutien en nature, donc nous n'avons pas perdu (beaucoup) d'argent. C'était un flop commercial mais un succès entrepreneurial, si je peux le formuler ainsi.



Deux ans plus tard, j'étais en première année d'école de commerce. Après des vacances à la maison à Maurice, j'ai pris une décision : je n'allais pas retourner à l'école. Ce que j'avais autrefois considéré comme l'objectif ultime – être accepté dans l'une des meilleures écoles de commerce – me semblait maintenant une perte de temps, et j'avais de grandes ambitions. Je ne voulais pas passer de précieuses années à ne rien faire alors que je pouvais faire quelque chose de significatif. L'ironie, bien sûr, c'est qu'après avoir quitté l'école, je ne savais pas exactement ce que j'allais faire ensuite. J'étais complètement perdu. Bien sûr, je voulais être entrepreneur, mais dans quoi, et comment ?

Mes parents m'ont conseillé de travailler pour de grandes entreprises pendant au moins quatre ans avant de lancer une affaire, donc je les ai écoutés. J'ai pris un emploi dans le monde corporate, et c'est là que les choses ont commencé à se dérouler.

Mon Premier Emploi dans le Monde Corporate

Mon premier emploi était assistant marketing dans un centre commercial. Disons simplement que je n'avais absolument aucune idée de ce que je faisais. Pour être honnête, dire "zéro compétences" serait un euphémisme. J'étais si ignorant que je devais appeler ma mère pour des conseils sur la façon de gérer certaines tâches. Mais j'ai eu la chance d'avoir une équipe supportive autour de moi, et petit à petit, j'ai commencé à m'améliorer. Je me suis impliqué dans l'organisation d'événements clés, des lancements VIP au tourisme, en passant par des salons automobiles et de mode. J'ai été jeté dans le monde de la gestion d'événements, et malgré les défis, j'ai découvert que j'aimais ça.

Cela dit, quelque chose manquait encore – principalement l'argent. Ce que je gagnais à l'époque était correct, mais c'était loin d'être suffisant pour la taille de mes rêves. Donc, j'ai commencé à lire des livres de développement personnel pour apprendre à devenir riche, et mon premier livre a été *Pensez et devenez riche* de Napoleon Hill. J'ai commencé à mettre mes rêves sur papier, ce qui s'est transformé en objectifs. À l'époque, je n'avais pas besoin de beaucoup. Pour moi, avoir 25 000 \$ sur mon compte bancaire était la définition d'être riche. Donc, j'ai commencé à faire des plans sur papier et à réfléchir à comment y arriver.

Puisque j'ai toujours été un fêtard, j'ai commencé à organiser des événements privés à la maison avec des amis. Ça a commencé petit, avec environ 30-50 personnes, mais après 2-3 événements, nous étions autour d'une centaine de personnes. Le plus drôle, c'est que ces événements étaient complètement gratuits. Les gens pensaient probablement que j'étais fou, et peut-être que je l'étais. Mais même si j'avais besoin d'argent, je ne le faisais pas pour ça – je le faisais parce que j'aimais ça. Et c'était fait de manière professionnelle – les décorations, la production, les DJ, les barmans professionnels et l'équipement, tout ça sans demander à quiconque de contribuer.

J'ai réussi à garder les coûts bas parce que, à cette époque, j'avais construit un réseau solide grâce à mon travail, et j'étais devenu assez bon pour me connecter avec les gens. Ils étaient prêts à m'aider. Finalement, cependant, j'ai décidé qu'il était temps de passer au niveau supérieur. En 2008, j'ai organisé mon premier événement payant pour le réveillon du Nouvel An. Nous avions une capacité de 300 personnes, et nous avons fait salle comble. Cet événement a été un tournant pour moi – c'est là que j'ai réalisé que je pouvais transformer cette passion en une véritable carrière. C'est le moment où tout a commencé à s'emboîter.

De cette période, j'ai appris l'importance de construire un réseau solide, d'équilibrer la créativité avec le professionnalisme, et de trouver de la joie dans ce que je faisais, même si ce n'était pas pour un gain financier au début. J'ai aussi appris le pouvoir de fixer des objectifs clairs et de visualiser le succès – des compétences qui deviendraient cruciales alors que je passais d'un emploi corporate à l'entrepreneuriat à temps plein. Le plus important, j'ai réalisé que parfois, poursuivre la passion plutôt que le profit peut vous mener exactement là où vous devez être.

Du Centre Commercial au Beach Club

Après trois ans à travailler dans le centre commercial, j'étais définitivement ennuyé. J'avais beaucoup appris sur la planification d'événements, mais j'avais besoin de quelque chose de plus grand. En 2011, j'ai vu une annonce dans le journal : un beach club isolé cherchait un manager d'événements. Au moment où je l'ai lue, je me suis dit : « C'est moi ! »

J'ai envoyé un deck terrible au lieu d'un CV typique, avec ma photo en couverture et un slogan ridicule. En y repensant maintenant, je ressens un mélange d'embarras et de honte, mais devinez quoi... J'ai obtenu mon premier entretien.

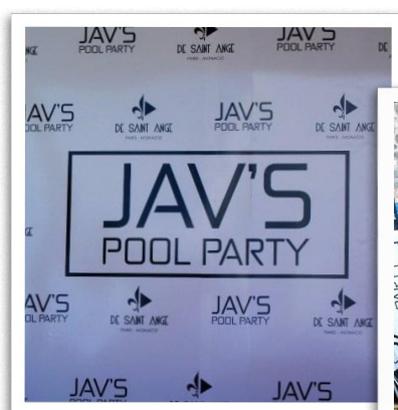
Lors du premier entretien, la responsable RH était vraiment sympa et m'a demandé ma vision pour le club. À ce stade, j'avais acquis plus d'expérience, mais j'étais encore assez junior. Pourtant, je pense que j'ai dit toutes les bonnes choses parce que, à la fin de l'entretien, elle m'a dit que j'avais accédé au deuxième tour avec la haute direction. J'avais deux semaines pour me préparer, et je voulais ce job désespérément. Donc, j'ai passé chaque jour à travailler sur un plan d'affaires. Je ne voulais pas juste être interviewé ; je voulais présenter un plan complet. Avec le recul, c'était une décision intelligente, mais à l'époque, ce n'était même pas une stratégie – c'était de la pure passion et de la motivation.

Quand le deuxième entretien est enfin arrivé, j'ai présenté mon plan d'affaires au lieu d'attendre les questions. Après avoir fini, j'ai entendu le PDG dire à la RH d'annuler tous les autres candidats parce qu'ils m'embauchaient. Je n'en revenais pas. Le PDG m'a dit quelque chose qui m'est resté depuis : « Je ne travaille qu'avec des gens passionnés, et tu vas réussir. » Ces mots m'ont frappé fort. Jusque-là, je n'avais pas réalisé que certaines personnes travaillaient sans passion. Ça m'a fait reconnaître que j'avais un avantage – cette énergie qui fait bouger les choses. Ce qui est drôle, c'est que l'équipe a admis qu'ils m'avaient convoqué pour le deuxième entretien juste pour rire un bon coup parce que mon CV initial était si arrogant. Mais quand ils ont vu la présentation, ils ont été époustouflés.

Ce job n'était pas facile. Le beach club était au milieu de nulle part, et faire venir les gens était un défi. Mais nous avons réussi à le faire fonctionner. Petit à petit, nous avons mis le club sur la carte, et à la fin de la première année, j'avais construit une réputation dans la scène des événements. Les gens ont commencé à me reconnaître – pas seulement mes amis, mais un cercle plus large qui appréciait les événements que j'organisais. Ma réputation grandissait.

Après six mois, l'équipe m'a promu de manager d'événements à manager du club. À 27 ans, ça ressemblait à ma première reconnaissance professionnelle réelle. C'était un énorme boost de confiance, sachant que j'étais digne de confiance pour prendre plus de responsabilités dans un environnement si compétitif.

Même si mon salaire était bon pour mon âge, je sentais encore que quelque chose manquait. J'avais besoin de créer quelque chose à moi. À cette époque, j'ai entendu dire qu'une boîte de nuit dans le nord de Maurice était à vendre, et que le propriétaire me cherchait. C'est ainsi que j'ai fait mon premier pas dans le monde entrepreneurial.



La Boîte de Nuit Qui a Tout Changé

En 2012, le propriétaire de la boîte de nuit Les Enfants Terribles voulait que je prenne la relève, mais je n'avais pas le capital requis. En m'appuyant sur la réputation que j'avais construite au beach club, j'ai approché mon beau-père, qui se trouve être un homme d'affaires très réussi, et je lui ai parlé de mon plan. J'avais besoin d'une solution, et vite. Donc, je lui ai proposé de devenir garant personnel pour un prêt bancaire, et en retour, il obtiendrait 50 % de l'entreprise.

Maintenant, vous pourriez penser que c'était une décision facile, mais si je n'avais pas fait mes preuves dans mon job précédent, il n'y a aucune chance qu'il se soit porté garant pour moi. Pour lui, j'étais un bon investissement – quelqu'un avec un historique. Si l'argent était la clé pour créer des entrepreneurs réussis, tous les enfants riches seraient des succès – mais nous savons tous que ce n'est pas le cas. Mon beau-père a vu du potentiel en moi, mais c'est mon travail précédent qui a validé ce potentiel.

Prendre la relève de Les Enfants Terribles, c'était comme entrer dans l'école la plus dure que j'aie jamais fréquentée. Le club était situé dans le nord de Maurice, une zone animée mais un peu en dehors du cœur de la scène nocturne. Les gens devaient conduire 10 à 15 minutes supplémentaires pour y arriver, ce qui était un défi en soi. Et quand j'ai pris la relève, la boîte de nuit était à son point le plus bas. Mais nous l'avons rebaptisée PURE at LET, et nous l'avons fait fonctionner. En fait, nous l'avons transformée en la boîte de nuit numéro un de l'île. Nous gagnions des prix internationaux, et tout le monde parlait de nous.

Et puis quelque chose s'est produit. Une nuit, vers 2 heures du matin, j'ai reçu un appel disant que le club était en feu. C'était dévastateur. Nous avons vite découvert que ce n'était pas un accident – c'était un incendie criminel. C'était ma première expérience avec quelqu'un qui attaquait physiquement mon entreprise. L'industrie de la vie nocturne n'est pas pour les cœurs sensibles, et je connaissais les risques en y entrant. Mais au lieu de me perdre à trouver qui l'avait fait, je me suis immédiatement concentré sur comment nous pouvions réparer ça. Je me suis souvenu d'une conversation que j'avais eue avec quelqu'un qui mentionnait que Diageo, le plus grand producteur d'alcool au monde, cherchait un partenaire dans la région. Leur siège était sur l'île de la Réunion, juste à côté de Maurice.

J'ai contacté Diageo, pris un vol pour la Réunion, et en une semaine, nous avons un accord. Diageo a accepté de reconstruire la boîte de nuit à leurs frais. Juste comme ça, nous avons un club flambant neuf, un partenaire solide, et l'élan que nous avons construit n'était pas perdu. En fait, nous sommes revenus plus forts. Je n'étais pas en colère contre les gens qui avaient essayé de nous fermer – au contraire, j'en ai ri. Ils pensaient nous mettre fin, mais ils nous ont en fait donné l'opportunité de relancer avec un look frais et neuf, et un partenaire puissant comme Diageo pour nous soutenir.

C'est là que j'ai vraiment appris l'une des leçons les plus importantes de ma vie : toujours se concentrer sur les solutions, pas sur les problèmes. Quand l'adversité frappe, trouvez un moyen de la transformer en opportunité. C'est devenu ma devise, et c'est quelque chose que j'ai porté avec moi depuis.

Depuis lors, j'ai fait la promesse de devenir un leader de l'industrie qui ne se contenterait pas d'endurer les défis, mais qui les affronterait activement en faisant de la sécurité une priorité absolue.

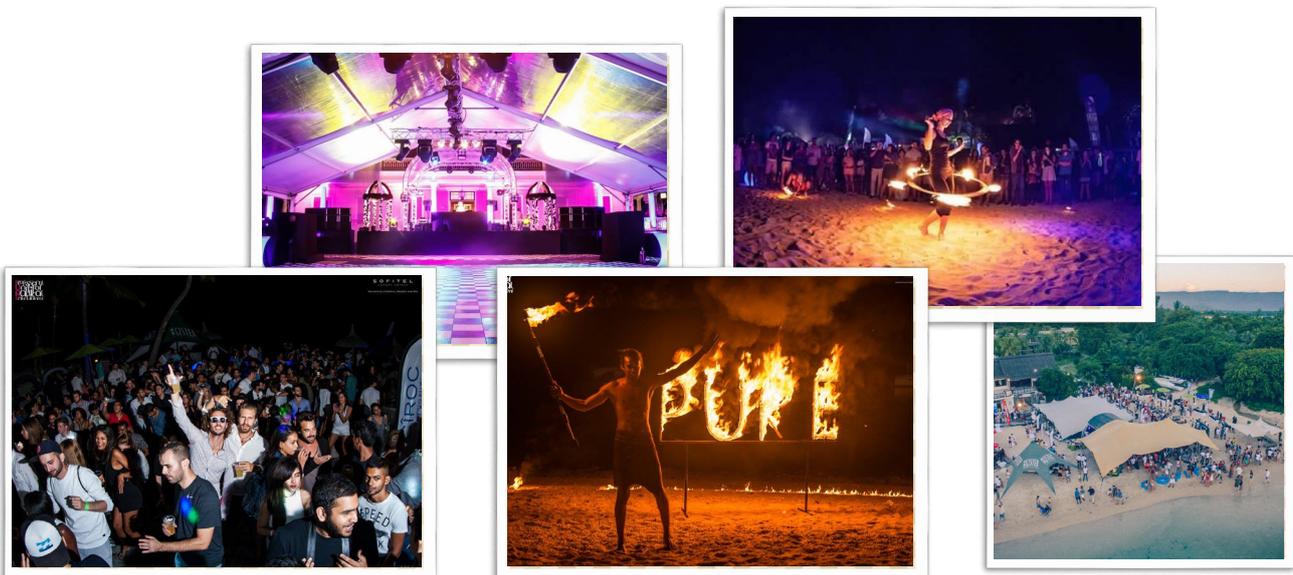


CHAPITRE

6

Mon Premier Événement Musical

En 2014, pendant mon temps à la boîte de nuit, j'ai décidé d'organiser un événement musical en dehors du club pour un public plus large. Cela a marqué ma première expérience de « festival de musique » sous la marque PURE. Nous avons collaboré avec la chaîne médiatique internationale Clubbing TV et loué un magnifique château. C'était le premier événement musical que j'organisais avec plus de mille participants, et le résultat était impressionnant : une production de haut niveau, des artistes et des danseurs. Le niveau de qualité que nous avons atteint n'avait jamais été vu sur l'île auparavant. Ce qui était initialement censé être un événement unique s'est inopinément transformé en la marque de festival PURE à part entière.



Des Boîtes de Nuit aux Pubs Irlandais

Alors que mon contrat à Les Enfants Terribles touchait à sa fin après trois années réussies, je savais que je ne voulais pas rester dans le business des boîtes de nuit. Bien sûr, j'aimais toujours faire la fête, mais ce n'était pas durable. La réalité, c'est que je faisais la fête plus que mes clients, restant dehors jusqu'à 7 heures du matin les week-ends – et parfois même en semaine. C'était amusant pendant un temps, mais je ne voulais pas être ce gars qui, à cinquante ans, se tient à la porte de son club pour accueillir les gens. Ce n'était pas la vie que je voulais.

À cette époque, j'ai entendu dire qu'un bar au centre de l'île était à vendre. Ce n'était pas exactement un endroit glamour – faible chiffre d'affaires, un peu délabré – mais il était dans un super emplacement et avait un espace décent. Je n'avais pas beaucoup d'options, donc je l'ai examiné de près et j'ai réalisé qu'il avait du potentiel. Après avoir analysé quelques autres projets, celui-ci se distinguait comme le moins mauvais. À ce stade, cependant, je n'avais toujours pas d'argent. J'avais dépensé tout ce que j'avais gagné de la boîte de nuit en choses dont je n'avais pas besoin : une Mercedes coupé, des vols en classe affaires, des restaurants chers et des fêtes. J'étais célibataire et un peu imprudent, vivant l'instant sans vraiment penser à l'avenir.

Malgré cela, j'avais construit une réputation pour redresser des endroits difficiles. Les gens savaient que je pouvais prendre un lieu dans un emplacement challenging et le rendre rentable. Donc, avec l'idée de transformer le bar en un pub irlandais, j'ai contacté la meilleure entreprise au monde pour la conception de pubs irlandais, basée en Irlande. J'ai construit un plan d'affaires et je l'ai présenté à un ami qui avait des origines irlandaises. Il a adoré l'idée et a accepté d'investir, en amenant un autre investisseur avec lui. En deux semaines, j'avais sécurisé 450 000 \$, ce qui était plus que suffisant pour construire un pub irlandais de premier ordre, en 2015.

En décembre 2015, seulement trois mois après avoir soumis le plan d'affaires, le premier pub irlandais de l'île, « The Irish », était entièrement construit, et nous l'avons lancé rapidement. C'était un rêve devenu réalité. Contrairement à la boîte de nuit, le pub générait des revenus sept jours sur sept, fonctionnant comme un restaurant le jour et devenant plus animé les week-ends. C'était exactement ce dont j'avais besoin – une entreprise qui travaillait pour moi, et non l'inverse.

Le pub a été un énorme succès. Aujourd'hui, il en est à sa neuvième année, attirant environ 10 000 clients chaque mois. Il est devenu le pub le plus réussi et le plus rentable de Maurice, et de loin.

Cependant, la plus grande leçon que j'ai apprise au cours de ces deux premières années de gestion du pub, c'est que être un bon entrepreneur ne signifie pas nécessairement être un bon manager. En fait, je n'étais pas un très bon manager. Il m'est apparu clairement que gérer des gens et diriger une entreprise exigent des compétences très différentes. Donc, quand j'ai quitté mon poste de directeur général en 2018 et l'ai confié à d'autres managers, le pub est devenu beaucoup plus efficace. J'ai réalisé que mes forces résidaient dans la création d'entreprises, le lancement de concepts, les rendre populaires et booster les ventes – mais la gestion quotidienne n'était pas pour moi.

Et, bien sûr, comme vous le savez probablement maintenant, je n'étais pas content de m'en tenir à un seul projet. Même si le pub cartonnait, je ressentais l'envie de faire quelque chose de nouveau. C'est ce qui m'a conduit dans le monde des festivals de musique.



LIFE



The Irish est rapidement devenu 'the place to be'. Il satisfait aujourd'hui tant une clientèle d'expatriés que de Mauriciens. Son personnel est l'un des piliers de son succès. L'équipe est composée de professionnels dans les domaines respectifs.

Le client est roi

Tout est fait pour que le client se sente roi. « Nous avons su combiner l'offre et la demande. Nous avons cherché à comprendre les exigences d'une certaine clientèle et nous sommes parvenus à la satisfaire. Nous sommes différents de tout ce qui a été fait dans l'île jusqu'à présent. C'est justement cela qui fait la valeur ajoutée de notre offre. Chez nous, la créativité événementielle est constante : nous sommes dans la culture et elle se conjugue avec l'art de se nourrir, de boire et de s'enrichir d'expériences musicales », souligne Javed Vayid.

The Irish est ouvert sept jours sur sept à partir de 11 heures. Les portes se ferment à minuit, sauf les vendredis et samedis, où les couche-tard peuvent rester jusqu'à deux heures du matin.



JAVED VAYID LA TÊTE PENSANTE

Jeune entrepreneur, Javed Vayid n'en est pas à son premier succès. Il a été manager du C. Beach Club qui, sous sa houlette, avait été élu comme l'un des meilleurs 'beach clubs' au monde par CNN Go. Il a ensuite monté sa propre société de management, 'PURE', qui a fait un chiffre d'affaires de Rs 30 millions dès la première année. Il a été élu en deux occasions vice-président de l'Association of Night Club and Private Club Owners'. En 2013, il a été nommé par la Jeune Chambre Internationale pour The Outstanding Young Person Award. 2016 a été l'année de la révélation, avec l'ouverture de The Irish qui fait plus de Rs 45 millions de chiffre d'affaires dès la première année. The Irish est aujourd'hui une franchise qui s'exporte sur le continent africain.

La Naissance du Festival de Musique PURE

Comme cela arrive souvent dans ma vie, PURE a commencé par une conversation informelle avec un ami. J'ai entendu que le Sofitel à Maurice cherchait à organiser des événements pour renforcer sa réputation sur le marché local. Cela a piqué mon intérêt, et j'ai immédiatement fixé un rendez-vous avec le directeur général. Nous avons connecté tout de suite, et j'ai réussi à décrocher un contrat d'un an. L'étape suivante était de donner vie à PURE.

PURE était une marque que j'avais déjà créée pendant mes jours à la boîte de nuit. Cela semblait juste de garder le nom, donc j'ai rebrandé tous mes comptes de réseaux sociaux en PURE at Sofitel et j'ai commencé à organiser mon premier événement.

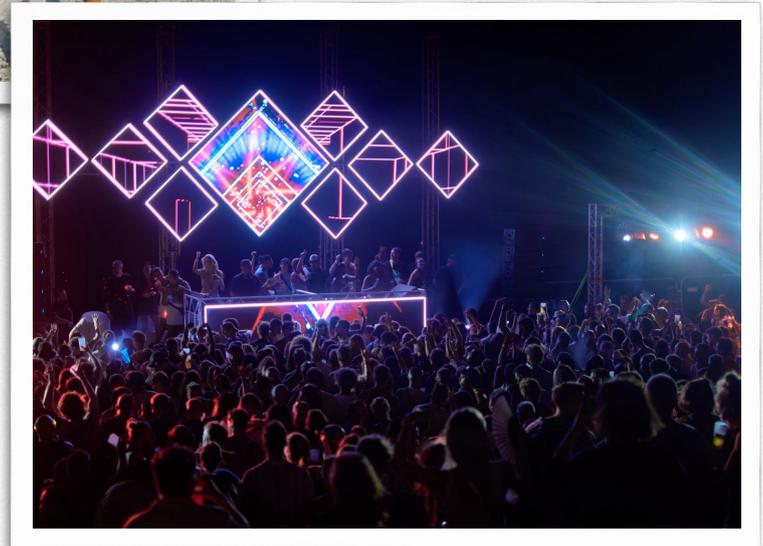
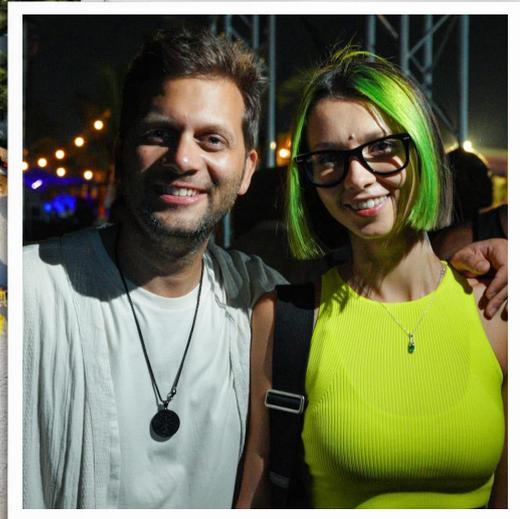
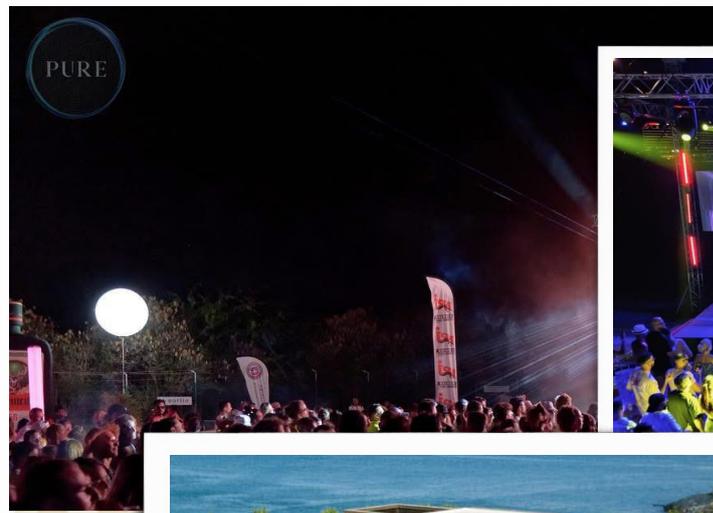
Cet premier événement était intime – environ 300 personnes, principalement des amis qui m'avaient soutenu tout au long de mes projets. C'était aussi l'une des premières fois que quelqu'un organisait un événement de musique électronique dans un hôtel 5 étoiles. Les choses ont évolué rapidement à partir de là. Ce qui a commencé comme un petit rassemblement exclusif est vite devenu viral et un phénomène. Nous avons un bon problème entre les mains – trop de gens venaient. La foule a dépassé ce que Sofitel pouvait gérer, et finalement, l'hôtel a dû arrêter le projet parce que nous attirions simplement trop d'invités.

Mais ce n'était que le début. Après Sofitel, PURE s'est déplacé vers d'autres hôtels, attirant à chaque fois des foules encore plus grandes. Bien sûr, avec la croissance sont venus les défis. En chemin, je me suis fait des ennemis. Certaines personnes ont essayé de saboter mes événements, en envoyant la police ou en faisant de fausses accusations pour les annuler. Mais c'est là que j'ai appris l'une de mes leçons les plus importantes : un réseau solide peut vous sauver des mauvaises intentions. Je n'utilise jamais mon réseau pour blesser quiconque, mais je me défendrai toujours quand c'est nécessaire. C'est devenu une bataille d'influence, et à la fin, l'opposition a échoué.

À ce stade, je savais que j'avais construit quelque chose de spécial. Les gens ne venaient pas juste assister à des événements – ils suivaient mes concepts, où qu'ils soient organisés. Je n'organais plus juste des fêtes ; je construisais une communauté. Depuis 2016, PURE est devenu le principal festival de musique électronique de Maurice, et nous avons étendu le concept à l'île de la Réunion et aux Émirats arabes unis. Nous avons vendu des resorts entiers, attirant plus de 5 000 personnes avec plus d'un million de dollars de chiffre d'affaires.

Organiser un festival fait de vous un bon entrepreneur dans le sens où en créer un est comme créer une nouvelle entreprise. Même si les processus peuvent être les mêmes, le stress et les défis varient toujours – vous avez le même nombre de problèmes, mais avec l'expérience, vous devenez juste meilleur pour trouver des solutions plus rapidement. Ce qui rend un festival réussi, c'est une planification appropriée : obtenir le lieu parfait, réserver les bons artistes, sécuriser des sponsors, établir le budget et le compte de résultat, définir vos USP (points de vente uniques), arranger les permis, construire une communauté croissante, travailler avec une bonne équipe de production, et communiquer bien à l'avance. C'est un processus long (et risqué) si vous êtes nouveau, mais une fois que vous avez mûri dans l'industrie, vous pouvez organiser tout en peu de temps. Même dans de nouveaux marchés comme les Émirats arabes unis ou l'île de la Réunion, cela m'a pris seulement deux mois pour organiser des événements pour des milliers de personnes. Avec la bonne approche, cela peut aller très vite. Aujourd'hui, je n'ai même pas besoin d'être physiquement présent pendant les festivals parce que nous avons une équipe solide en place qui gère tout. Je fournis simplement des inputs sur la stratégie et les artistes que nous réservons, tout en gérant les négociations de haut niveau pour les lieux et les sponsors.

PURE a aussi aidé à élever toute notre entreprise pour devenir une référence dans l'industrie des événements. L'impact des festivals est puissant – ils laissent une forte impression, démontrant notre capacité à rassembler des milliers de personnes. La marque est devenue notre fleuron et notre carte de visite pour d'autres ventures.



Mon Spectacle One-Man Show

J'ai eu l'opportunité d'organiser un one-man show avec le comédien célèbre Bun Hay Mean, maintenant décédé (paix à son âme). J'avais toujours voulu essayer ce format, et je peux vous dire – c'est un business difficile. Même avec 2 000 participants, nous avons à peine fait de l'argent. La raison est simple : il n'y a que deux sources principales de revenus – les billets et les sponsors. Il n'y a pas de revenus des ventes d'alcool ou de nourriture, et les coûts sont élevés pour réserver des comédiens. Leurs tarifs sont basés sur la capacité maximale de la salle, et vous devez aussi couvrir les billets en classe affaires, l'hôtel, le transport, les loisirs, et leur équipe accompagnante. En plus de cela, la location du lieu est chère. C'était une expérience d'apprentissage précieuse, mais pas un bon retour sur investissement (ROI). Si vous gagnez un profit de 10 %, vous avez de la chance. Compte tenu de l'investissement élevé et des risques impliqués, ça n'en vaut pas la peine. Un événement devrait générer au moins 40 % de profit, et quand vous maîtrisez vraiment l'art, cela peut monter à 70 % ou plus.



Le D b cle de la Restauration Rapide – Une Leçon d’Excès de Confiance

De 2015 à 2018, tout semblait aller parfaitement. Mes entreprises prospéraient, et j’avais l’impression de ne pas pouvoir faire un faux pas. Puis est arrivé un appel qui semblait être une autre grande opportunité. Quelqu’un ouvrait un nouveau centre commercial et voulait que The Irish pub en fasse partie. Après avoir visité l’emplacement, j’ai vite réalisé que The Irish n’était pas adapté à cet espace. Mais pendant que j’y étais, j’ai remarqué deux espaces plus petits dans la zone de restauration qui ont déclenché une idée. Au lieu de me concentrer sur un pub, pourquoi ne pas essayer quelque chose de diff rent ? J’ai donc décidé d’ouvrir deux petits restaurants de restauration rapide – un américain et un chinois.

Je n’attendais pas grand-chose, juste tester les eaux, mais ces restaurants se sont avérés incroyablement faciles à gérer. Les revenus et les profits étaient décents, et cela semblait être un modèle d’affaires solide. Après seulement quatre mois à rembourser mon investissement initial, j’ai commencé à voir plus grand. J’avais la preuve de concept, une bonne réputation, un réseau solide et une présence médiatique croissante. Les interviews et articles dans la presse étaient courants, et mon suivi sur les réseaux sociaux augmentait rapidement. Avec tout cela en place, je croyais avoir tous les outils nécessaires pour m’étendre.

J’ai levé un peu plus de 1,25 million de dollars USD et signé des contrats avec la plupart des grands centres commerciaux de Maurice. Nous allions ouvrir 19 restaurants. Pourquoi attendre ? Allons-y en grand, non ? C’était le plan. Mais avec le recul, c’était la plus grande erreur de ma vie professionnelle.

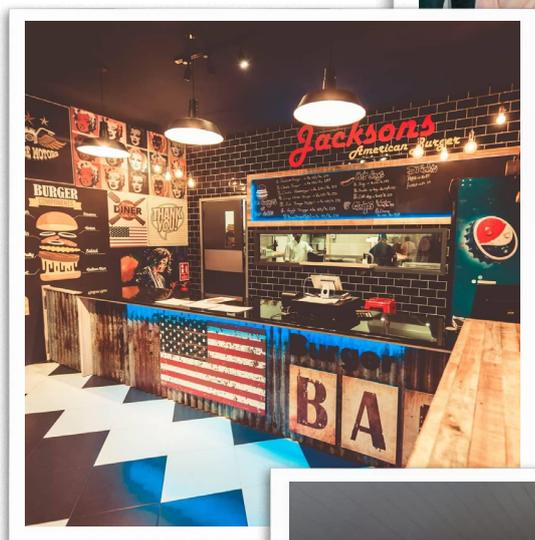
Gérer 19 restaurants était un défi complètement diff rent de gérer deux. Mon personnel est passé de 12 à plus de 170 personnes, et la logistique est devenue un cauchemar. Puis, en mars 2020, le COVID-19 a frappé. C’était un désastre. Soudain, toutes mes entreprises perdaient de l’argent. Avec tout fermé, il n’y avait pas de flux de tr sorierie, et je br lais simplement tout l’argent que nous avions levé, en espérant que les opérations reprendraient bientôt. Mais ce « bientôt » n’est jamais venu. La pandémie a duré près de deux ans, et quand les choses ont commencé à rouvrir, il était trop tard. L’entreprise était noyée dans les dettes, et les nouvelles marques que j’avais lancées n’étaient pas assez résilientes pour survivre.

C’était mon premier échec majeur en tant qu’entrepreneur, et cela a frappé fort. C’était une vraie gifle. J’avais été trop confiant, pensant que parce que j’avais connu le succès par le passé, cette expansion serait tout aussi facile. Mais la réalité était différente. Gérer 19 restaurants était un défi bien plus grand que ce que j’avais anticipé, et je n’avais pas préparé pour une crise mondiale comme le COVID.

La leçon que j’ai tirée de cette expérience était simple : « Le succès n’est que loué, et le loyer est dû chaque jour ».   partir de ce moment, j’ai complètement changé ma stratégie. Plus d’entreprises lourdes en actifs et dépendantes du personnel pour moi. J’allais me concentrer sur des modèles légers en actifs, flexibles et résilients – des entreprises qui pourraient résister à n’importe quoi, même une autre pandémie.

Une chose que j'ai veillée à faire, c'est de prendre l'entière responsabilité pour mes investisseurs. Même si personne n'aurait pu prédire le COVID, je sentais que c'était mon devoir de protéger leur investissement. Donc, j'ai transféré leurs actions de la holding de la restauration rapide à ma holding principale, en m'assurant qu'ils ne perdent pas d'argent, et en cédant 17 % de mes actions pour une valorisation de ma holding à 7,35 millions de dollars USD en 2021, ce qui était juste compte tenu du fait que nous étions presque en faillite. Un capitaine prend toujours la responsabilité du navire, même quand la tempête est hors de son contrôle. J'ai réussi à racheter 5 % de ces actions plus tard en 2023.

Plus de restauration rapide pour moi, merci bien. À partir de ce moment, je me suis concentré sur des façons de générer des revenus avec un risque minimal. La leçon était apprise, et il était temps de passer au chapitre suivant.



JV Fast Food Holdings
17 restaurants répartis à travers le pays



FONDÉE par Javed Vajid en 2018, JV Fast Food Holdings rassemble des chaînes de restaurants dont 17 en petit format sous les marques Jacksons American Burger, Ni Hao, Pasta Cup et Istanbul. Ceux-ci sont implantés dans les principaux centres commerciaux du pays.

«Mon groupe est impliqué dans les secteurs de la restauration, du bar, et de la technologie», indique l'entrepreneur, qui emploie une centaine de personnes. De plus, depuis cinq ans, Javed Vajid et son groupe ont monté le seul pub irlandais, The Irish, à Maurice. Enfin, la branche technologique du groupe, Digitalist, opère les plateformes bazmanzer.com pour la restauration ; baztiket.com pour la billetterie ainsi que mauritiusarts.com pour la vente d'œuvres d'artistes locaux. Et Javed Vajid de faire ressortir: «Toutes nos marques sont des créations originales et les marques déposées ne m'appartiennent».

Un Nouveau Départ à Dubaï

Novembre 2021 a été un tournant dans ma vie. À mon point le plus bas en tant qu'entrepreneur, avec mon entreprise d'événements à Maurice complètement fermée à cause de la pandémie et aucun revenu entrant, ma femme m'a annoncé une nouvelle qui a changé ma vie : elle était enceinte. À ce moment, tout a basculé. Nous faisons face à un avenir sans chemin clair à Maurice, donc j'ai dû pivoter. Nous avons décidé que la seule option était de quitter le pays et de recommencer à zéro ailleurs. Après avoir pesé nos options, Dubaï s'est imposé comme l'endroit parfait – proche de Maurice, avec plein d'opportunités. Mon mode turbo était

En janvier 2022, seulement trois mois après avoir pris la décision, nous avons atterri à Dubaï. C'était une période excitante mais incertaine. Ma réputation, qui comptait beaucoup à Maurice, ne signifiait absolument rien dans une ville comme Dubaï. Je n'avais pas de réseau et je repartais de zéro, mais une partie de moi faisait confiance à l'univers et savait que les choses s'arrangeraient.

Avant d'arriver, j'ai fait mes devoirs. J'ai envoyé d'innombrables e-mails et contacté autant de personnes que possible. Pendant mes deux premières semaines à Dubaï, je rencontrais 3-4 personnes chaque jour, en train de hustler pour toute opportunité qui se présentait. C'est alors que Nikki Beach est entré en jeu. Ils cherchaient à organiser un événement spécial, quelque chose qu'ils n'avaient pas fait depuis des années, et j'étais là au bon moment. À l'époque, c'était le beach club le plus prestigieux de Dubaï, et je suis encore étonné que ce soit mon premier lieu pour créer quelque chose d'impactant.

J'ai rencontré la nouvelle direction, et nous avons cliqué tout de suite. Ils ont adoré le concept PURE – c'était frais, différent, et exactement ce qu'ils cherchaient. De plus, mon background entrepreneurial leur a donné confiance en ma capacité à réaliser quelque chose de significatif. Et significatif, ça l'était – notre premier événement à Dubaï a attiré plus de 2 000 personnes un dimanche, établissant un record d'affluence pour Nikki Beach Dubai.

Cet événement a tout changé. Soudain, ma réputation était établie, et les portes ont commencé à s'ouvrir. À partir de ce moment, je n'ai eu aucun mal à trouver des partenaires. Nous avons rapidement sécurisé des lieux iconiques comme Sofitel Dubai Palm et Caesars Palace, et dans la première année, nous étions auto-suffisants, c'est-à-dire rentables, à Dubaï. C'était un tourbillon, mais repartir de zéro dans un nouveau pays m'a donné l'excitation et la motivation dont j'avais besoin pour faire fonctionner les choses.

Au même moment, les entreprises commençaient à rouvrir à Maurice, et je planifiais déjà le chapitre suivant – ouvrir un beach club là-bas. Dubaï m'avait donné le reset frais dont j'avais besoin, et maintenant j'étais prêt à ramener cette énergie n'importe où.



L'Expérience AWANAM – Construire un Nouvel Héritage

Après avoir vécu les opportunités aux Émirats arabes unis et travaillé dans un marché beaucoup plus grand avec une exposition internationale, l'idée de retourner à Maurice était définitivement hors de question. L'échelle, les connexions et les possibilités infinies à Dubaï faisaient que Maurice semblait insignifiant en comparaison. Cependant, j'avais encore mes entreprises d'événements, et chaque fois qu'une opportunité intéressante se présentait, j'étais prêt à la saisir.

Un hôtel à Tamarin, sur la côte ouest de l'île, situé juste en face d'un spot de surf, m'a approché pour collaborer sur un nouveau concept. Ils voulaient attirer la foule locale à leur restaurant principal et générer plus de revenus. Au même moment, mon principal partenaire en boissons était sur le point de lancer une nouvelle bière, et j'ai suggéré de lier le nom du concept à la bière. L'hôtel n'était pas trop enthousiaste à cette idée, donc nous avons créé un anagramme du nom de la bière, et c'est ainsi qu'AWANAM Beach Club est né.

Je n'avais jamais travaillé dans la région ouest auparavant, et cela rendait le défi encore plus excitant. Malgré le fait de ne pas planifier d'y être physiquement, j'avais assez d'expérience pour gérer toute l'opération à distance. Dès le premier jour, le concept a été un énorme succès – pour moi, l'hôtel et la compagnie de bière. En un an, la marque AWANAM était bien connue sur toute l'île. Avec un fort accent sur la musique live, nous avons accueilli les meilleures célébrités locales et artistes émergents chaque semaine, créant une communauté unique qui affluait aux événements par centaines.

Bien sûr, comme vous l'avez probablement remarqué maintenant, toutes les bonnes choses ne durent pas éternellement. Fin décembre 2023, un des voisins, mécontent des grandes foules, a réussi à fermer le concept. À ce stade, j'avais appris assez dans mon parcours entrepreneurial pour être immunisé contre des revers comme celui-ci. Naturellement, j'étais triste de voir la fin d'une communauté si vibrante que nous avons construite, mais je savais qu'AWANAM resterait comme un concept légendaire qui n'avait jamais été fait auparavant dans cette région.

Après 75 semaines incroyables, nous avons fermé AWANAM Beach Club. C'était un projet qui a laissé sa marque, et pour moi, il sera toujours défini comme un endroit qui a uni la communauté de la côte ouest d'une manière qu'aucun autre concept n'avait fait auparavant.



La Connexion Sofitel – Nomadic Tune

Après le succès de l'événement à Nikki Beach, un des directeurs généraux de Sofitel Dubai Palm m'a approché avec une opportunité : ils venaient d'ouvrir un tout nouveau beach club et cherchaient un partenaire. La connexion émotionnelle avec la marque Sofitel était forte – j'avais commencé mon parcours avec Sofitel à Maurice, donc quand le directeur général a proposé que je crée un concept pour leur propriété à Dubaï, j'ai accepté sans hésitation.

C'est ainsi que Nomadic Tune est né. J'ai travaillé sur l'idée d'un concept boho-chic, et cela est rapidement devenu l'un des événements du dimanche les plus populaires à Dubaï. Maintenant en route pour sa troisième saison, c'est l'un de ces rares concepts d'événements qui a une longévité dans une ville où les tendances vont et viennent rapidement.

Le lieu est spectaculaire – un beach club face à l'océan, avec Atlantis the Royal juste à côté. Avoir cet emplacement dans mon portfolio est un énorme plus. Encore plus impressionnant est le fait que les revenus d'une journée à Dubaï de Nomadic Tune équivalent à trois jours de business d'AWANAM à Maurice. Cependant, les premiers jours n'étaient pas faciles. C'était dur de faire venir les gens, et les premiers mois ont été une vraie lutte. Mais une fois que l'événement a pris de l'élan, nous avons commencé à attirer une super foule.

Ma relation avec Sofitel, et particulièrement avec Accor, est devenue incroyablement forte.



Caesars Palace – Le Rêve de Tout Organisateur d'Événements

Le nom Caesars Palace évoque le genre de rêve que l'on voit seulement dans les films. C'est le type de lieu avec lequel, en tant qu'organisateur d'événements, on imagine toujours travailler un jour. Par l'intermédiaire d'un ami, j'ai été présenté à leur équipe de direction, et j'ai immédiatement cliqué avec leur directeur du divertissement. Encore un exemple de la façon dont les interactions personnelles peuvent être cruciales pour sécuriser des accords. Ils cherchaient un concept frais pour leur nouveau beach club, Venus, et après quelques discussions, ils m'ont donné le feu vert pour créer quelque chose de spécial.

Les conditions qu'ils offraient étaient incroyables – un accord financier généreux, beaucoup de marge de manœuvre et une liberté créative totale – mais avec une contrainte : ils ne voulaient pas plus de 200 personnes par semaine. C'était une capacité beaucoup plus petite que ce à quoi j'étais habitué, mais cela convenait à l'ambiance que nous essayions de créer – une pool party haut de gamme, exclusive, avec une foule raffinée et de luxe.

À ce stade, j'étais plus à l'aise à Dubaï, et le concept a décollé immédiatement. Pendant deux saisons, nous avons organisé une pool party de luxe – un événement stylé qui attirait le bon type de personnes. L'équipe de Caesars m'a demandé d'amener des artistes internationaux spécifiques, ce que j'ai fait, et j'ai gagné leur respect en livrant exactement ce que j'avais promis. Dans une ville où beaucoup de gens parlent grand mais ne livrent pas, j'ai veillé à faire l'inverse.

Finalement, Caesars Palace a fermé ses opérations à Dubaï, et avec cela, le concept Venus a pris fin. Mais c'est juste une partie de l'industrie des événements – c'est un business risqué, et les choses changent rapidement.

Après cela, j'ai décidé de ne plus prendre de nouveaux contrats pour des événements signatures à Dubaï. Au lieu de cela, je me suis concentré sur la recherche d'une solution scalable qui me permettrait de travailler avec l'industrie hôtelière à un niveau beaucoup plus large. Et c'est là que j'ai réalisé : la réponse réside dans la technologie.



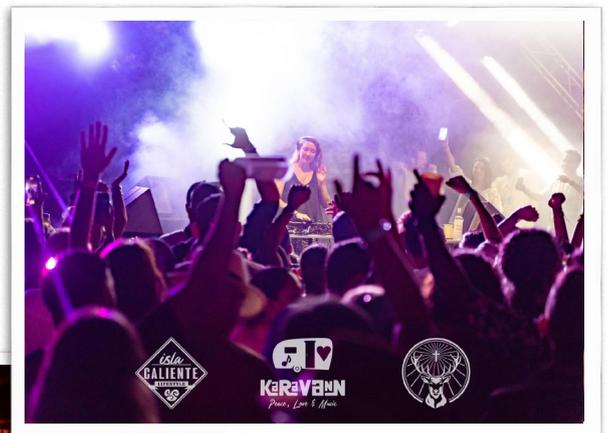
Élargir le Portfolio de Festivals avec Karavann

En tant que festival premium, PURE est conçu pour être un événement une fois par an dans différents territoires. Il y a eu des moments où nous l'avons organisé deux fois par an, mais je n'aimais pas cette approche. Les événements exceptionnels, à mon avis, doivent être rares pour maintenir leur exclusivité et leur attrait. C'est pourquoi j'ai décidé d'introduire un deuxième festival, plus mainstream, avec des concerts live, des DJ et des tentes de camping. L'objectif était d'attirer une foule différente de celle de PURE, et cela a fonctionné. En fait, 60 % de notre public pour ce nouveau festival est entièrement nouveau.

Nous avons commencé par lancer Karavann sur l'île de la Réunion. J'ai délibérément choisi la voie la plus difficile, en me concentrant sur un territoire où nous n'étions pas pleinement établis, pour prouver le concept et valider le marché. Après avoir établi avec succès le festival là-bas, nous l'avons étendu en 2023 à Maurice, où il a attiré une foule encore plus grande.

Malgré le fait qu'il s'agisse d'un nouveau festival, Karavann s'est déjà positionné comme l'un des principaux festivals boutique de la région, et c'est maintenant le troisième plus grand festival de musique électronique sur l'île. Avec des artistes de haut niveau et son ambiance unique, Karavann devient progressivement un nom difficile à ignorer dans la scène des événements.

Ce qui est encore plus surprenant, c'est que je n'avais jamais personnellement assisté au festival avant la troisième édition. Cela prouve à quel point notre modèle d'affaires de festivals est devenu scalable et à quel point mon équipe peut gérer toute l'opération sans que je sois physiquement présent.



Organiser Mon Propre “Destination Wedding” à Bali

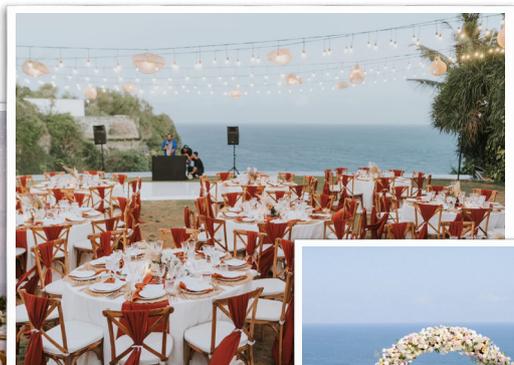
La décision d'organiser mon propre mariage est venue quand j'ai licencié notre wedding planner dès le premier jour. Elle n'avait pas fourni d'informations précises, et s'il y a une chose que je valorise, c'est la précision.

Mais soyons honnêtes, je ne ferais pas vraiment confiance à quelqu'un que je ne connais pas pour organiser mon mariage, surtout en considérant qu'un wedding planner ne travaillera pas nécessairement dans votre meilleur intérêt, mais dans le sien. Ils vous présenteront leurs « meilleurs » fournisseurs où ils obtiennent leurs commissions les plus élevées, sans mentionner les 15 000 \$ de frais qu'elle exigeait pour le job. Globalement, j'estime que nous avons économisé 50 % des coûts en ne recrutant pas de wedding planner. Oui, c'était un mariage cher, mais loin de ce que nous aurions payé avec un planner.

C'était un mariage de destination de trois jours à Bali, s'étendant sur plusieurs lieux, beach clubs, after-parties et plus de 100 invités internationaux. Organiser un tel événement est un défi quand on est celui qui se marie, et je savais que ce serait une entreprise massive, mais ma femme et moi avons décidé de procéder. Nous avons passé l'année et demie suivante à planifier chaque détail.

Comparer l'organisation d'un mariage avec les événements que je gère habituellement est intéressant. D'abord, ce n'est pas un événement commercial – personne ne paie, et il n'y a pas besoin de faire du profit – ce qui le fait sembler facile à première vue ! Cependant, un mariage de destination est cher, et vous ne voulez pas dépenser plus que nécessaire tout en assurant la meilleure expérience pour vos invités. Tout le défi financier était de fixer et respecter le budget. Pour établir le budget, nous avons d'abord vérifié le prix de rachat pour un resort entier à Bali, qui était notre format préféré pour le mariage : les invités restant et célébrant ensemble pendant trois jours. Une fois que nous avons obtenu le prix, nous avons travaillé autour, en classant les priorités comme la nourriture et les boissons, la décoration, le divertissement, etc. Tous nos efforts étaient concentrés sur l'optimisation.

Nous avons eu notre mariage de rêve à une fraction du prix, et même l'hôtel a reconnu que ce que nous avons accompli était impressionnant (et c'était un compliment sincère, pas juste une reconnaissance commerciale).



Investir dans les Mariages Corporatifs et de Luxe

J'ai repris 50 % d'une entreprise renommée appelée « Les Tipis de Mare Longue » qui génère déjà un chiffre d'affaires de 550 000 USD afin de diversifier et scaler nos activités. En possédant les tentes Tipi uniques et en bénéficiant de leurs +8 ans d'expérience sur le marché, j'obtiens un accès royal à un portfolio de clients corporatifs et de mariages individuels.



Rebondir et Regarder Vers l'Avenir

J'ai atteint un point où mes entreprises génèrent 3 millions de dollars USD de revenus, avec 750 000 dollars USD de profits. Au fil des ans, j'ai réussi à lever plus de 4 millions de dollars USD pour mes diverses ventures et j'ai vendu une de mes entreprises plus tôt en 2024 à une valorisation de 2,2 millions de dollars USD. Ce qui rend ce parcours encore plus significatif, c'est que je suis revenu de zéro. À un moment, j'ai presque tout perdu, mais j'ai lutté pour revenir et reconstruire mes entreprises à un niveau sain et en croissance. Ça a été une route difficile, mais chaque étape a renforcé ma croyance en la résilience et l'adaptabilité.

Mais je ne me considère pas encore comme un succès, juste un peu moins inquiet. N'oubliez pas, le succès n'est que loué.

J'ai pivoté l'entreprise pour fournir des artistes à l'industrie hôtelière et travailler avec plusieurs chaînes hôtelières.

Maintenant, je regarde vers ma prochaine venture. Je prévois de lancer un nouveau produit qui mélange les événements avec la technologie, me permettant d'entrer dans l'espace tech, et j'espère que cela deviendra un projet mondial.

Où que vous soyez dans le monde, vous pouvez faire confiance à mon approche pratique pour l'organisation d'événements et les affaires. J'ai vécu les hauts et les bas, et j'ai appris des leçons inestimables en chemin. Ce n'est que le début de ce qui suit. Bienvenue à ma masterclass.

The image shows a LinkedIn post from the account 'Smashi Business'. The post text reads: 'UAE-based startup STHO has raised \$500,000 in a pre-seed round at a \$2 million valuation to tackle a long-standing inefficiency in hospitality: artist booking'. Below the text is a graphic with a blue background and a geometric pattern. It features the UAE flag in the top left, the 'smashi' logo in the top right, and three white circles containing '\$500K FUNDING', 'STHO', and '\$2M VALUATION'. At the bottom of the graphic are three photos of people. A blue banner at the bottom of the graphic says '\$500K AT A \$2M VALUATION'. Below the graphic is a white text box with a blue border containing the text: 'ABU DHABI-BASED STHO JUST RAISED PRE-SEED FUNDING TO SOLVE ONE OF HOSPITALITY'S BIGGEST PROBLEMS: ARTIST BOOKING'.

Smashi Business
22,707 followers
5d · 🌐

+ Follow

UAE-based startup STHO has raised \$500,000 in a pre-seed round at a \$2 million valuation to tackle a long-standing inefficiency in hospitality: artist booking ...more

UAE Flag

سماشي smashi

\$500K FUNDING

STHO

\$2M VALUATION

\$500K AT A \$2M VALUATION

ABU DHABI-BASED STHO JUST RAISED PRE-SEED FUNDING TO SOLVE ONE OF HOSPITALITY'S BIGGEST PROBLEMS: ARTIST BOOKING

