

James Vincent, ancien stratège marketing d'Apple : "Dire 'je peux changer les choses' reste tabou en Belgique"

L'Echo – Maxime Samain - 21 mars 2026

Extraits. Article complet réservé aux abonnés.

https://www.lecho.be/entreprises/yaka/james-vincent-ancien-stratège-marketing-d-apple-dire-je-peux-changer-les-choses-reste-tabou-en-belgique/10653527.html?utm_source=sfmc&utm_medium=email&utm_campaign=&utm_content=&utm_term=LECHO_HOMEPAGE-1_1+-+James%2BVincent%252c%2Bancien%2Bstrat%25c3%25a8ge%2Bmarketing%2Bd%25e2%2580%2599Apple%253a%2B%2522Dire%2B%27je%2Bpeux%2Bchanger%2Bles%2Bchoses%27%2Brete%2Btabou%2Ben%2BBelgique%2522&utm_id=161061&sfmc_id=10009321

Ancien patron du marketing d'Apple sous Steve Jobs, conseiller des fondateurs d'Airbnb, de Snap et d'une foule de start-ups à succès, James Vincent a choisi de revenir vivre en partie à Bruxelles, un écosystème entrepreneurial qu'il juge encore trop timide. Son obsession, elle, n'a pas changé: savoir raconter compte presque autant que savoir construire.

"A Bruxelles, on entend encore les oiseaux." La phrase pourrait paraître anodine ou un peu candide. Chez James Vincent, elle dit beaucoup. Elle raconte à la fois un retour, un soulagement et presque une prise de position. Après dix-sept ans à Los Angeles, puis plusieurs années à New York, l'ancien patron du marketing d'Apple sous Steve Jobs a choisi de réinstaller une partie de sa vie dans la capitale belge.

Le mouvement est personnel, d'abord, et fait écho à une décision familiale similaire lors de la période covid. "Quand la pandémie est arrivée, aux États-Unis, les écoles ont fermé et les commerces sont restés ouverts. En Belgique, on a vu presque l'inverse: les écoles restaient ouvertes, les commerces fermaient. Pour nous, cela disait quelque chose des priorités."

Cette fois-ci, ce qu'il est venu chercher ici ne tient pas seulement à la famille ou à la géographie. Il parle d'un environnement "plus civil", plus humain, moins brutal que l'Amérique contemporaine. "Dans le monde de Trump, et plus largement dans l'évolution des États-Unis, on s'est demandé où l'on avait envie d'élever notre fille adolescente. On explorait l'idée d'un endroit qui mette davantage l'humanité et le comportement civilisé avant une certaine brutalité américaine."

La Belgique, à ses yeux, n'est ni parfaite ni idyllique. Mais elle propose un équilibre que ce natif d'Angleterre ne trouve plus outre-Atlantique. "Ici, on travaille pour vivre. En Amérique, on vit pour travailler."

Cette "douceur de vivre" qu'il expérimente ici, il l'aime profondément. Mais il en voit aussi la limite. Car James Vincent n'est pas revenu en Belgique pour s'y dissoudre. Il la regarde avec la curiosité très précise de quelqu'un qui a vu naître, grandir et se structurer plusieurs écosystèmes technologiques. Londres, Paris, New York, la Silicon Valley: il a observé leurs premiers frémissements, leurs vagues de fondateurs, leurs premiers succès contagieux. Et Bruxelles et la Belgique, selon lui, sont à un moment particulier de leur histoire.

La culture du faire et la frustration

Ce qui frappe James Vincent en Belgique, ce n'est pas un manque de créativité. Au contraire. Il admire la densité de talents que produit ce petit pays, dans la mode, le design, l'image, l'architecture ou la création au sens large. Il voit dans La Cambre, où son épouse Marie Noorbergen a étudié, un symbole de cette culture locale du faire.

"À Paris, on peut parfois rester dans l'idée, dans le concept. Ici, on vous dit: montre-le, fabrique-le, fais-le. Il y a ici quelque chose d'artisanal dans la créativité, une manière de construire vraiment les choses."

"Il y a énormément de gens talentueux qui ne parlent pas de leurs talents. C'est très frustrant."

Pour lui, cela explique en partie pourquoi la Belgique produit autant de créatifs de haut niveau, bien au-delà de son poids réel. Mais ce potentiel créatif ne se transforme pas automatiquement en puissance entrepreneuriale. C'est là que commence sa frustration. "Il y a énormément de gens talentueux qui ne parlent pas de leurs talents. C'est très frustrant."

Le diagnostic revient souvent pendant notre entretien. En Belgique, estime-t-il, l'humilité, la retenue, la discrétion, la prudence même, sont des qualités profondément estimables dans la vie sociale. Elles rendent les gens agréables, sérieux, dignes de confiance. Mais dans un univers entrepreneurial, elles peuvent devenir un handicap.

"C'est un environnement plus soft, et c'est une bonne chose. Mais quand des opportunités se présentent, certaines caractéristiques très belges peuvent devenir contre-productives." Il le dit sans mépris, plutôt avec l'envie de secouer. Le problème n'est pas que la Belgique manque d'intelligence ou d'idées. Le problème est qu'elle hésite encore à les projeter avec force.

"Si vous voulez construire une entreprise, il y a certaines compétences qui sont non négociables."

"Il ne s'agit pas de dire qu'il faut tous devenir américains. Absolument pas. Les qualités belges sont précieuses. Mais si vous voulez construire une entreprise, il y a certaines compétences qui sont non négociables. Vous ne pouvez pas les remettre à plus tard." La première d'entre elles? Raconter.

L'homme qui a appris avec Steve Jobs

Chez James Vincent, cette obsession du récit n'est pas une théorie de communicant. C'est le cœur de sa formation. Pendant onze ans, il a travaillé au plus près de Steve Jobs. Tous les mercredis pendant 11 ans, il devait présenter des nouvelles idées à Steve qui les jugeait. Un "il y a quelque chose à faire avec ça, garde-la" était une victoire. Une expérience qui, aujourd'hui encore, structure toute sa manière de lire la technologie.

Ce qu'il retient de cette époque, ce n'est pas seulement la radicalité du produit, mais l'importance du langage qui l'accompagne. "Steve croyait à deux choses plus que tout: le

produit, bien sûr - le design, le hardware, le software, la simplicité de l'expérience - et le storytelling autour de ce produit."

Il cite spontanément les grands slogans d'Apple qu'il a imaginés comme d'autres citent des morceaux de bravoure littéraires. "A thousand songs in your pocket." "There's an app for that." Ce ne sont pas juste des phrases. Ce sont des idées qui organisent la compréhension du produit."

Apprendre à simplifier

Le point lui paraît décisif, encore davantage aujourd'hui. Car les fondateurs qu'il accompagne à présent évoluent dans des domaines souvent bien plus complexes que l'informatique grand public des années 2000: intelligence artificielle, agents, robotique, biotech, fintech, modèles de données, infrastructure. Des univers parfois si techniques que leurs créateurs eux-mêmes finissent par ne plus savoir les raconter.

"Le CEO ingénieur en sait parfois beaucoup trop. C'est même un problème. Il sait tellement qu'il n'arrive plus à simplifier. Il a l'impression que simplifier, c'est trahir." Or pour James Vincent, c'est exactement l'inverse. Simplifier, ce n'est pas aplatir. C'est rendre visible.

"Steve Jobs croyait à deux choses plus que tout: le produit, bien sûr, et le storytelling autour de ce produit."

Avec sa société FNDR, il accompagne depuis des années des fondateurs et des équipes dirigeantes pour les aider à accoucher d'un récit clair. Jean-Charles Samuelian et sa licorne Alan, Florian Douetteau et son succès mondial Dataiku, le Belge Jeremy Fraenkel et sa start-up californienne Fundamental; tous ces fondateurs européens et bien d'autres font appel aux services de celui qui a murmuré aux oreilles des plus grands de la Tech américaine. Il parle de son travail avec une formule qu'il affectionne: "Un des fondateurs nous a appelés des thérapeutes narratifs."

L'expression amuse, mais elle touche juste. Beaucoup d'entrepreneurs arrivent avec une technologie, une ambition, parfois même une vraie vision, mais un discours flou, lourd, encombré de jargon et de détours. "Ils finissent par raconter qu'ils ont pivoté trois fois pour arriver là. Je leur dis: ne dites plus jamais cela. Ou ils expliquent que le nom de leur société vient du seul nom de domaine disponible. Je leur dis encore: ne dites plus jamais ça. L'intention est essentielle. Très souvent, elle existe déjà, mais elle n'est pas formulée."

Pour lui, le fondateur doit être le premier narrateur de son entreprise. Pas un ingénieur caché derrière son produit. Pas un dirigeant qui délègue tout cela à une agence ou à un directeur marketing. "Si vous ne savez pas raconter votre histoire, vous n'êtes pas vraiment le fondateur. Ce n'est pas optionnel."

"Bruxelles est là où Paris était il y a dix ans"

Lorsqu'il parle de la Belgique, James Vincent raisonne moins en observateur touristique qu'en lecteur d'écosystèmes. Il a vu Londres se transformer il y a quinze ans, Paris prendre confiance il y a dix ans, New York se fabriquer une identité tech à côté de Wall Street et des

médias. À ses yeux, Bruxelles entre à son tour dans cette phase de bascule. "Je pense que Bruxelles est à peu près là où Paris était il y a dix ans."

Autrement dit: le potentiel est là, mais la dynamique n'a pas encore complètement contaminé la société. Un écosystème ne décolle pas seulement avec des talents ou du capital. Il lui faut aussi des exemples, des lieux, une mythologie, des succès suffisamment visibles pour donner envie à d'autres de tenter l'aventure.

"Il faut des fondateurs que des jeunes de 25 ans regardent en se disant: je veux être cette personne-là. Il faut des entreprises où les gens apprennent à construire. Il faut des investisseurs plus mûrs. Il faut des lieux où l'on se rencontre."

Il cite volontiers ce qu'il voit déjà émerger en Belgique: des figures comme Thibaud Elzière et son projet WAT, des lieux comme le Wintercircuit à Gand, des initiatives qui dessinent un début d'infrastructure. Mais il sent encore une hésitation culturelle plus profonde. "En Belgique, dire 'je pense que je peux résoudre ce problème' ou 'je peux changer les choses' peut encore être perçu comme arrogant. Aux États-Unis, c'est presque la phrase la plus naturelle du monde."

Cette phrase résume peut-être mieux que toute autre son regard sur le pays. La Belgique ne manque pas seulement de fondateurs. Elle manque parfois encore d'oreilles prêtes à entendre un discours d'ambition sans le rabattre aussitôt sur la prétention. "Il faut aider les gens à être un peu moins humbles. Pas à devenir agressifs. Juste à être capables de dire clairement ce qu'ils essaient de changer."

Une Europe plus lente, mais peut-être mieux armée

Cette réflexion sur l'ambition rejoint chez lui une lecture plus large du moment historique. James Vincent parle longuement d'intelligence artificielle, non comme d'une mode, mais comme d'un déplacement déjà en cours. Il se méfie des prophéties spectaculaires, mais il croit très clairement que les agents, l'automatisation et les nouveaux outils vont transformer le quotidien à une vitesse sous-estimée.

"Ce que les gens ressentiront le plus, ce sera une version moins stupide d'aujourd'hui." Moins stupide, c'est-à-dire? Des voyages réservés sans dix échanges d'e-mails. Des tâches administratives absorbées sans frictions. Des suites d'actions absurdes, répétitives, mal conçues, qui finiront par disparaître parce qu'elles n'avaient aucune raison d'être aussi pénibles.

Mais il ne peint pas un futur naïf. Il voit aussi la casse sociale possible, le basculement de certains métiers, le risque d'un monde où la technologie remplace une partie du travail sans que les sociétés sachent encore quoi en faire. "Il y aura clairement des défis en matière d'emploi, de sens, de rôle social."

Et c'est là, paradoxalement, qu'il voit une carte pour l'Europe, et peut-être pour la Belgique. Parce que les sociétés plus civiles, plus protectrices, plus lentes aussi, pourraient être, selon lui, mieux placées pour absorber certains chocs que des systèmes plus brutaux. Le retour en Europe n'est pas chez lui un geste nostalgique. C'est aussi une intuition sur la période qui s'ouvre.

Il évoque même l'effet Trump comme un possible accélérateur pour le continent. Après des années d'attraction presque univoque des talents tech vers les États-Unis, le mouvement commence à s'inverser. L'Europe redevient, à ses yeux, un lieu crédible pour vivre, travailler, entreprendre et penser autrement la technologie.

"Les choses changent de toute façon. La géopolitique change, l'IA change tout, le climat change le cadre. Alors la question, c'est: est-ce que vous regardez cela arriver, ou est-ce que vous décidez d'en faire partie?"

Humaniser la tech, raconter le futur

Au fond, tout ramène chez lui à un même dilemme: subir ou participer. Participer, cela ne signifie pas singer la Silicon Valley. Cela signifie entrer dans le jeu avec ses propres qualités. C'est même ce qu'il semble souhaiter pour Bruxelles: une ville qui ne perde ni son calme, ni sa décence, ni sa profondeur, mais qui accepte d'ajouter un peu plus de projection à son talent.

"Les humains initient, l'intelligence artificielle génère."

Sa conviction pour les mois et années à venir tient dans une formule simple: "Humans originate, AI generates." Les humains initient, l'intelligence artificielle génère. La machine peut produire des possibilités, accélérer, démultiplier. Mais l'intention, la vision, le choix, la capacité à éditer, à relier, à donner du sens restent humains.

C'est peut-être pour cela qu'un ancien conteur d'Apple vient aujourd'hui chercher quelque chose à Bruxelles. Pas seulement un refuge. Pas seulement une base européenne entre deux avions. Mais un endroit où la technologie peut encore être regardée à hauteur d'homme, dans une société qui n'a pas totalement sacrifié l'existence au rendement.

Reste, selon lui, un pas à franchir. Oser parler plus fort. Oser dire ce qu'on voit. Oser dire ce qu'on veut changer. Pas comme un Américain qui entre dans une pièce en annonçant qu'il va réinventer le monde avant même d'avoir commencé. Mais pas non plus comme quelqu'un qui attendrait d'avoir tout parfaitement sécurisé avant de risquer une phrase d'ambition.

Entre ces deux extrêmes, James Vincent voit pour la Belgique une voie possible. Une voie à son image, peut-être: plus subtile, mais enfin décidée à se raconter.