

DEVEZ-VOUS L'ENTREPRENEUR DE DEMAIN !

# Dynamique

## entrepreneuriale

FÉVRIER/ MARS 2022 | N°98 | 3,9 €

« En fait, nous avons un système d'équipe et je pense que c'est cette amitié et cette complémentarité qui explique une partie de la cohérence de ce qu'est Petit BamBou et son succès, aussi. »

Benjamin Blasco,  
cofondateur de  
Petit BamBou



### FOCUS

Les avis sur internet : une pratique à considérer

# ÊTRE UN ENTREPRENEUR HEUREUX EN 2022

sage 50

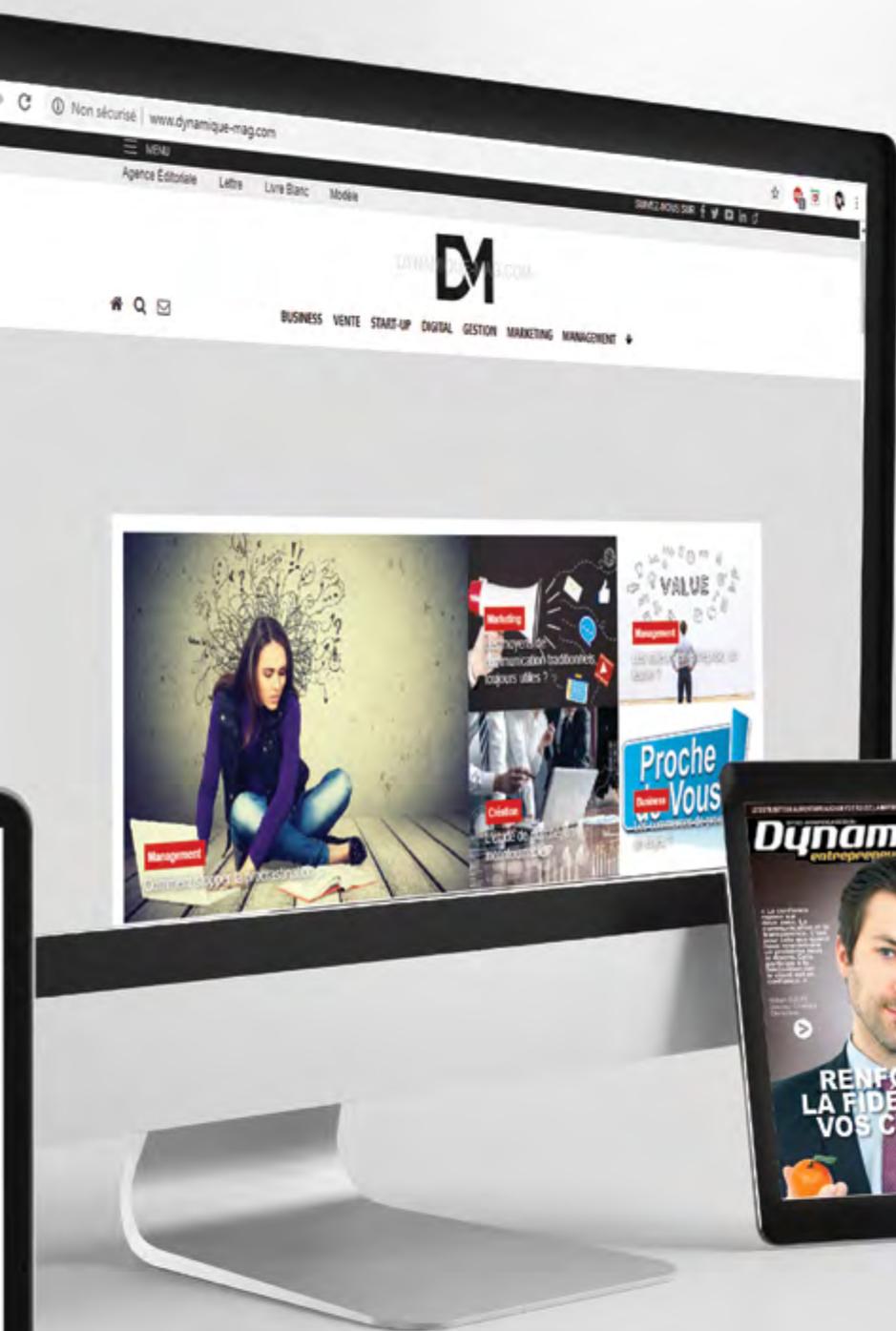
sage



## Le portail d'actualité et d'information à destination des créateurs et chefs d'entreprises

Conseils, portraits, interviews, actus, infos .... Retrouvez des milliers d'articles de qualité sur notre site internet ! Plus de **400 000** visiteurs uniques se rendent sur notre site. Pourquoi pas vous ?





[dynamique-mag.com](http://dynamique-mag.com)

*le site de votre magazine préféré !*



# {ÉDITO}

## ÊTRE UN ENTREPRENEUR HEUREUX EN 2022



pensé en ce début d'année 2022 à partager avec vous les éléments que nous trouvons clés. D'abord et surtout, il s'agit de mettre du sens à vos actions. Votre entreprise contribue à une mission qui ne se limite pas au business à réaliser toujours plus de ventes. Il s'agit donc de l'identifier, de la mettre en avant et de la partager. Inutile de vouloir chercher le bonheur si vos actions sont en contradiction avec vos valeurs. Gardez bien à l'esprit que votre entreprise devra toujours les respecter et qu'elles doivent être votre boussole. En dehors de ce grand principe, il est aussi inutile de chercher le bonheur si votre travail vous déplaît. En tant que chef d'entreprise vous avez la possibilité de déléguer, de répartir vos tâches avec vos associés, de vous lancer sur de nouveaux projets ou encore d'automatiser ce qui est rébarbatif alors pour faire simple, rien ne vous empêche d'aller vers ce que vous aimez ou vers les challenges que vous

**L'**argent ne fait pas le bonheur et c'est encore plus vrai en entrepreneuriat. Si évidemment votre activité peut prospérer et vous éviter bien des soucis, il est clair que le bonheur en tant qu'entrepreneur ne peut se résumer à faire toujours plus de chiffre d'affaires et à regarder vos bénéfices gonfler. Ceci s'avère d'autant plus vrai que votre business model peut être, du jour au lendemain, remis en cause par les circonstances, les changements et les mutations incessantes qui s'opèrent avec des cycles de plus en plus courts pour les entreprises. S'il est difficile de donner une recette du bonheur toute faite, certains éléments contribuent souvent à ce que vous maximisiez les chances de vous sentir bien dans votre entreprise. C'est pourquoi Dynamique Entrepreneuriale a

souhaitez relever. Aussi, oubliez le fait de surveiller sans arrêt ce que font vos collaborateurs. L'âge de Big Brother est dépassé même si certains ont eu tendance à se perdre lors de la mise en place du télétravail.

Enfin et c'est peut-être le plus important, vous avez la possibilité de créer une ambiance de travail qui vous convient ainsi qu'à vos collaborateurs. C'est vous en tant que chef d'entreprise qui êtes le maître dans le domaine ! Alors autant en profiter ! Que l'on parle de design, d'activités ludiques ou encore de la manière de travailler, vous êtes celui qui décide et qui peut tout lancer. Alors autant ne pas vous en priver ! Bonne lecture ! ●

*Olivier Nishimata | Rédacteur en chef*

### RETROUVEZ-NOUS SUR



#### SITE INTERNET

[www.dynamique-mag.com](http://www.dynamique-mag.com)



#### FACEBOOK

[www.facebook.com/  
Dynamique.Entrepreneuriale](https://www.facebook.com/Dynamique.Entrepreneuriale)



#### VIADÉO

[www.vimeo.com/fr/company/  
dynamique-entrepreneuriale](https://www.vimeo.com/fr/company/dynamique-entrepreneuriale)



#### GOOGLE+

[plus.google.com/  
+Dynamique-mag/posts](https://plus.google.com/+Dynamique-mag/posts)



#### TWITTER

[twitter.com/  
Dynamiquemag](https://twitter.com/Dynamiquemag)



#### LINKEDIN

[www.linkedin.com/company/  
dynamique-entrepreneuriale](https://www.linkedin.com/company/dynamique-entrepreneuriale)

# LA GESTION DE FORTUNE

## NOTRE CŒUR DE MÉTIER



Filiale du Groupe BPCE et **banque de gestion de fortune, Natixis Wealth Management** conçoit et met en œuvre des solutions financières sur mesure adaptées aux besoins de ses clients chefs d'entreprise et actionnaires-dirigeants. Son objectif est d'appréhender vos projets dans toutes leurs dimensions, qu'ils soient personnels ou professionnels.

### UNE APPROCHE SECTORIELLE DE LA GESTION DE FORTUNE

---

Nous sommes convaincus que pour vous accompagner efficacement il est primordial de connaître les spécificités de votre métier. C'est pourquoi nous avons **dédié une équipe de banquiers privés au secteur de la tech**. Avec une connaissance pointue de l'écosystème dans lequel votre entreprise évolue, ils vous accompagnent tant sur vos réflexions haut de bilan que patrimoniales.

### NATIXIS WEALTH MANAGEMENT CAPITALISE SUR SON ANCRAGE AU SEIN DU GROUPE BPCE

---

Pour mobiliser l'ensemble des expertises au service de vos ambitions à chaque moment clé de l'évolution de votre entreprise :

- Conseil en haut de bilan - M&A, corporate advisory
- Financement structuré
- Accompagnement juridique et fiscal
- Gestion financière

Une équipe dédiée à votre écoute : [nwm.tech@natixis.com](mailto:nwm.tech@natixis.com)

115, rue Montmartre  
75002 Paris, France  
Tel. : +33 (0) 1 58 19 70 00  
[www.wealthmanagement.natixis.com](http://www.wealthmanagement.natixis.com)



# 16

# SOMMAIRE

# #98

# 37

## À lire dans ce numéro...

### ÉCONOMIE

- La Cité du Design au cœur des Jeux avec le design actif ?
- Un nouveau statut avantageux pour les travailleurs indépendants
- La stratégie bien rodée de l'État pour recruter
- Aliments bio, toujours en croissance ?
- La hausse de l'inflation, une réelle inquiétude pour l'économie européenne
- Trois des cinq banques européennes qui financent le plus les hydrocarbures sont françaises
- La 5<sup>e</sup> limite planétaire, un non-retour ?
- Les offres d'emploi non pourvues, une goutte d'eau ?

8

### BUSINESS

- Gatewatcher , réalise sa Première levée de fonds de 25 millions d'euros
- La CNIL observe avec impartialité l'outil Google Analytics
- Le déficit commercial français
- Silvr lève 130 M€ et s'impose comme un leader européen
- L'acquisition du britannique ARM par l'américain Nvidia bloquée par les régulateurs
- Entre Disney et Netflix, la concurrence est féroce
- Coca-Cola s'engage à rendre 25 % de ses emballages réutilisables
- ID Logistics absorbe avec brio Kane Logistics

10

### TOUR DU MONDE

- Porsche avec la start-up suisse Way Ahead se lance dans les jeux vidéos
- Un élégant casque gonflable et dégonflable pour les cyclistes
- Mojo Vision lève 45 millions d'euros pour ses lentilles de contact Mojo Lens
- Les colliers pour chats West Ham, un insolite carton des ventes
- Pi-Pop : Les vélos électriques sans batterie !
- Des superchargeurs Tesla installés sur des parkings de supermarchés et hypermarchés du groupe Casino
- L'avion décarboné prendra-t-il vie à Toulouse ?
- Des taxis dans l'espace, réalité ou utopie ?

14



ÊTRE UN ENTREPRENEUR  
HEUREUX EN 2022



LES AVIS SUR INTERNET :  
UNE PRATIQUE  
À CONSIDÉRER

# 60

### SUCCESS STORIES

- Fleet ou la professionnalisation de la gestion du parc informatique 16  
*Alexandre Berriche, co-fondateur de Fleet*
- Matera, l'entreprise qui révolutionne les syndicats 20  
*Raphaël Di Meglio, co-fondateur de Matera*

### LE SAVIEZ VOUS

24

### BUSINESS EVERYWHERE

26

### ÉTUDE EN INFOGRAPHIE

28

Les grandes tendances des chatbots

# INTRO DOSSIER



# 31

**PETIT BAMBOU :  
UNE APPLICATION QUI  
VOUS VEUT DU BIEN !**

## INTRO DOSSIER 31

Petit BamBou : une application qui vous veut du bien !

*Benjamin Blasco est le cofondateur de Petit BamBou*

## DOSSIER : ÊTRE UN ENTREPRENEUR HEUREUX EN 2022

- Être un entrepreneur heureux en 2022 37
- La surveillance en entreprise 40
- Inutile d'être derrière vos salariés 42
- Apprendre à déconnecter 46
- Consacrez-vous à des activités épanouissantes ! 48
- Quelques leviers pour mettre de la bonne humeur ! 50
- Mettre l'ambiance au sein de votre entreprise 54
- Les nouveaux enjeux de la culture d'entreprise 56
- La création d'une culture digitale 58

## FOCUS

- Les avis sur internet : une pratique à considérer 60
- Les faux avis sur internet : une tendance ! 64

## BUZZ MARKETING

- Le Chocolat des Français crée le Buzz même avant la Saint-Valentin 68
- Camaïeu : bad buzz sur les violences faites aux femmes ? 70

## SHOPPING

- Apple et Bosch, Philips, ASUS & JBL 72

## INSPIRATION

74



**LE CHOCOLAT DES FRANÇAIS CRÉE LE  
BUZZ MÊME AVANT LA SAINT-VALENTIN**

## **Dynamique** *entrepreneuriale*

### **DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE**

37 rue des Mathurins  
75008 Paris  
Tél. : 09 70 40 87 60  
(prix d'un appel local)  
[www.dynamique-mag.com](http://www.dynamique-mag.com)  
[contact@dynamique-mag.com](mailto:contact@dynamique-mag.com)

### **DIRECTEUR DE LA PUBLICATION**

Olivier Nishimata

### **RÉDACTEUR EN CHEF**

Olivier Nishimata

### **RÉDACTION**

[redaction@dynamique-mag.com](mailto:redaction@dynamique-mag.com)

### **A COLLABORÉ**

Aline Imbert

### **PUBLICITÉ & RÉGIE**

[publicite@dynamique-mag.com](mailto:publicite@dynamique-mag.com)  
ou au 06 26 30 30 39

Il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement tout article ou image du présent magazine sans l'autorisation de l'éditeur.

### **Siège social**

37 rue des Mathurins  
75008 Paris  
S.A.S au capital de 86 877,50 €  
R.C.S. 504 739 863 Paris

**ISSN** : 1960-8373

**Dépôt légal** : 02-03 / 2022

**Prix** : 3,9 €

**Numéro** : 98

## PARIS 2024

### La Cité du Design au cœur des Jeux avec le design actif ?



Lors d'une réunion à l'Assemblée nationale, Tony Estanguet, président du Comité d'organisation des Jeux olympiques et des députés, se sont penchés sur l'organisation des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024. Le design actif est venu s'immiscer dans les débats. Le design actif ou l'aménagement de l'espace public, est un projet pour lutter contre la sédentarité et inciter à faire de l'exercice. Un guide opérationnel du design actif a été rédigé à destination des 222 villes du réseau Action Cœur de Ville et des collectivités territoriales labellisées « Terre de Jeux 2024 » en lien avec l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT), la Cité Internationale du Design de Saint-Étienne, mais également 14 experts (cardiologue, designers, géographes, spécialiste de l'accessibilité, urbanistes...). Pour sensibiliser les communes, une journée internationale du design actif est programmée le 1<sup>er</sup> juin, durant la Biennale internationale du design à Saint-Étienne. ●

## TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS

### Un nouveau statut avantageux pour les travailleurs indépendants

L'article 1<sup>er</sup> du projet de loi, en faveur des indépendants, crée un statut unique pour les entrepreneurs individuels, et protège leur patrimoine personnel. Il traite également de la transmission du patrimoine professionnel des entrepreneurs individuels. Alors qu'aujourd'hui seule la résidence principale de l'entrepreneur individuel est protégée de ses créanciers professionnels, le nouveau statut d'entrepreneur individuel permettra de protéger l'ensemble du patrimoine personnel de l'indépendant. Toute personne physique exerçant une ou plusieurs activités professionnelles indépendantes (commerciale, artisanale, libérale, agricole) bénéficiera automatiquement de la protection de son patrimoine personnel, qui deviendra par défaut insaisissable par les créanciers professionnels. Seuls les éléments utiles à l'activité professionnelle de l'entrepreneur individuel pourront être saisis en cas de défaillance professionnelle. ●

## EMPLOI

### La stratégie bien rodée de l'Etat pour recruter

La fonction publique territoriale va recruter 10 000 à 12 000 cadres en 2022. Presque tous les métiers sont impactés et près de 40 % des collectivités éprouvent des difficultés à recruter en raison des salaires trop bas par rapport au privé mais aussi au type de contrat proposé. Certes, les collectivités compensent avec des avantages qui peuvent capter l'attention des cadres qui ont envie de changer de style de vie. Dans la fonction publique territoriale, le salaire proposé se situe en deçà des rémunérations du privé. Il faut savoir que le « CDI direct » n'est donc pas autorisé dans la Fonction publique territoriale et donc on comprend que les cadres ne se précipitent pas vers les collectivités territoriales. ●

## CONSOMMATION

### Aliments bio, toujours en croissance ?



2021 marque une diminution des achats de produits bio, alors qu'a contrario la production augmente mais le prix est un facteur qui influence les acheteurs. Cependant, les Français acceptent d'acheter moins tout en payant plus cher, puisqu'en 2021 le chiffre d'affaires du marché de la grande consommation a moins baissé (-2,2 %) que les achats en volumes (-3,6%), et ce malgré une légère déflation (0,5%). La France veut d'ailleurs atteindre 18 % de surfaces agricoles en bio en 2027 (contre 9,5 % fin 2020). Un objectif désormais en décalage avec la réalité de la consommation. Les pouvoirs publics doivent faire des efforts et respecter la loi Egalim 1, qui fixe l'obligation de 20 % de bio dans la restauration collective, mais qui n'est toujours pas pleinement appliquée. ●



**CONÇUE POUR  
VOTRE ENTREPRISE**

**RÉDUISEZ LES DÉPENSES.  
OPTIMISEZ LE TEMPS.  
AUGMENTEZ LA PRODUCTIVITÉ.**

**OFFREZ PERFORMANCE, SÉCURITÉ,  
OPÉRABILITÉ ET STABILITÉ  
À VOTRE PARC INFORMATIQUE.**

**CONÇUE POUR LES SUPER  
HÉROS DE L'INFORMATIQUE**



**SCANNEZ MOI**

## INFLATION

### La hausse de l'inflation, une réelle inquiétude pour l'économie européenne



**Après des années d'inflation très faible, la hausse des prix a atteint son niveau le plus élevé depuis 13 ans. Aujourd'hui elle suscite de réelles inquiétudes dans le monde entier y compris dans la zone euro.**

Selon les dernières données de la Banque Centrale Européenne (BCE), les prix à la consommation dans l'eurozone ont augmenté de 5,1 % en janvier. Cette hausse s'explique principalement par la flambée des prix de l'énergie et par l'augmentation du coût des denrées alimentaires. Le pétrole, le gaz et l'électricité sont également devenus plus chers dans le monde entier. Les prix de l'énergie ont augmenté car la production d'hydrocarbure accuse un retard face à la demande des consommateurs et des entreprises au sortir de la pandémie. En janvier, les prix de l'énergie dans la zone euro ont connu une hausse record de 28,6 % par rapport à l'année précédente. De plus, la croissance du coût des produits alimentaires non transformés s'est accélérée pour atteindre 5,2 %. A noter que les récents événements entre la Russie et l'Ukraine devraient amplifier ce phénomène. ●

## BANQUE

### Trois des cinq banques européennes qui financent le plus les hydrocarbures sont françaises

**Les vingt-cinq premières banques européennes ont financé des entreprises de gaz et de pétrole à hauteur de 406 milliards de dollars (environ 357,8 milliards d'euros) sur les cinq dernières années, sans jamais diminuer leur investissement, selon les calculs de l'association britannique ShareAction, publiés lundi 14 février.**

ShareAction incite les actionnaires à influencer les banques pour changer leurs pratiques et met en exergue la contradiction entre leurs pratiques financières et l'objectif d'arriver à la neutralité carbone d'ici à 2050, pris par de nombreux pays, dont la France. Elle félicite les exceptions Commerzbank, le Crédit Mutuel et la Banque postale, qui ont commencé à restreindre les financements aux hydrocarbures. La Banque postale a d'ailleurs annoncé qu'elle se retirerait complètement du gaz et du pétrole d'ici à 2030. ●

## ENVIRONNEMENT

### La 5<sup>e</sup> limite planétaire, un non-retour ?

**Depuis 1950, la production de produits chimiques a été multipliée par 50.** La revue Science aborde le « système Terre » à partir de neuf entités distinctes. Neuf processus naturels qui forment un équilibre et permettent ensemble de réguler la stabilité de la biosphère. Pour chacun d'entre eux est fixé un seuil, une limite à ne pas franchir. Limite au-delà de laquelle les conditions favorables à la vie durable et à un écosystème sûr sont compromises. La 5<sup>e</sup> frontière recouvre les micro-plastiques, les pesticides, les substances chimiques rejetées par l'industrie, celles contenues dans les produits de grande consommation, les médicaments. Des polluants que l'on retrouve sur toute la planète bleue. Nous devons limiter les impacts et donc diminuer drastiquement, voire cesser la production et la dispersion de ces entités nouvelles. ●

## CHÔMAGE

### Les offres d'emploi non pourvues, une goutte d'eau ?

**Selon le communiqué publié le 10 février, 86 % des offres ont été pourvues entre juin et septembre 2021, contre seulement 6 % abandonnées faute du bon candidat.** Ces chiffres, soit 255 000 et 390 000 renoncements, sont à mettre en perspective avec les 9 millions de recrutements de plus d'un mois effectués l'année dernière en France. Il faut noter que 5 % faisaient l'objet d'un recrutement en cours et 3 % ont été annulés du fait de la disparition du besoin. Cependant, les deux tiers des employeurs disent constater des difficultés de recrutement, 75 % dans la construction et 79 % pour des postes d'ouvriers qualifiés. ●

# DÉSORMAIS, VOTRE LOGISTIQUE PORTE UN NOM.

**La Poste Solutions Business lance Log'issimo : des services logistiques du premier et du dernier kilomètre, performants et neutres en carbone <sup>(1)</sup>.**

Que vous soyez une petite ou une grande entreprise ou un acteur public, Log'issimo vous accompagne partout en France dans la collecte et la remise de petites marchandises et de documents, le portage (repas...), l'approvisionnement d'espaces logistiques avancés ou le stockage de proximité et mobilise son réseau opérationnel unique pour vous apporter des solutions sur mesure. 110 000 clients entreprises et collectivités nous font d'ores et déjà confiance quotidiennement.

**Une multitude de services logistiques, un partenaire de référence, Log'issimo.**  
En savoir plus au 36 34 <sup>(2)</sup> ou sur [laposte.fr/log-issimo](http://laposte.fr/log-issimo)



LA POSTE  
SOLUTIONS  
BUSINESS

**ECOLOGIC**  
Priorité neutralité carbone

(1) La Poste assure la compensation de l'ensemble de ses émissions de CO<sub>2</sub> pour toutes ses offres. Ecologic est un marquage qui identifie la démarche de réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et de compensation carbone par Le Groupe La Poste. Retrouvez tous nos engagements sur [laposte.fr/neutralitecarbone](http://laposte.fr/neutralitecarbone)  
(2) Service gratuit + prix appel.

Rejoignez nos communautés  

La Poste – SA au capital de 5 364 851 364 € – 356 000 000 RCS Paris. Siège social : 9, rue du Colonel-Pierre-Avia, 75015 Paris.  
Crédit photo : Getty Images – 11/2021.

**LEVÉE DE FONDS**

## Gatewatcher, réalise sa Première levée de fonds de 25 millions d'euros



**Depuis 7 ans, l'entreprise française spécialisée dans la cybersécurité Gatewatcher s'est toujours autofinancée.** Avec plus de 70 salariés et une présence en France et à l'international, la startup a réalisé une première levée de fonds de 25 millions d'euros. Ses deux cofondateurs Jacques de La Rivière et Philippe Gillet ont développé une solution détectant les intrusions et menaces qui pèsent sur les entreprises et les institutions publiques. À ce jour, la startup commercialise notamment AloniQ, une plateforme NDR (Network Detection & Response), ainsi que Trackwatch, une solution qualifiée par l'ANSSI qui assure la protection des opérateurs d'importance vitale. Aujourd'hui, Gatewatcher entend accélérer son développement, notamment à l'étranger. Avec le développement du numérique en 2020, le nombre de cyberattaques a atteint des records (+ 255 % des attaques au rançongiciel en 2020 selon l'Anssi). Gatewatcher se distingue par la flexibilité de son approche. ●

**PLAINTES**

## La CNIL observe avec impartialité l'outil Google Analytics

**La Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) a annoncé jeudi 9 février la mise en demeure d'un éditeur de site web utilisant l'outil Google Analytics, sans donner son nom, qualifiant d'illégaux les transferts de données vers les États-Unis.** Saisie par l'ONG autrichienne de défense de la vie privée NOYB, la Cnil a estimé que les conditions de transfert des données collectées par cet outil statistique, faute d'encadrement, pouvaient exposer les utilisateurs français à des programmes de surveillance aux États-Unis. Cet éditeur du site web dispose d'un mois pour se conformer au Règlement européen sur la protection des données (RGPD), et doit cesser d'utiliser l'outil Google Analytics à des fins non autorisées. Au total, l'ONG autrichienne a déposé 101 plaintes en Europe contre des responsables de traitement transférant des données personnelles, récoltées par Google Analytics ou son homologue Facebook Connect. ●

**CONJONCTURE ÉCONOMIQUE**

## Le déficit commercial français

**Les politiques de réindustrialisation et de baisse d'impôts de production depuis deux décennies se succèdent.** Le secteur aéronautique, qui est plutôt résilient en temps normal, a été touché par la baisse du transport aérien et s'en est trouvé impacté. De plus, les importations, notamment en provenance de Chine, ont augmenté dans les secteurs de la santé ou de l'électronique, avec l'explosion du télétravail. La France enregistre un déficit de sa balance commerciale de biens qui a d'ailleurs été observé dès le début des années 2000. Les gouvernements successives ont misé sur des baisses générales d'impôts et de cotisations : crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi en 2013, le pacte de responsabilité en 2014, baisse de l'impôt sur les sociétés de 33 % à 25 % en 2017, soit un gain de 11 milliards d'euros-es entreprises et celle des impôts de production en 2020. ●

**LEVÉE DE FONDS**

## Silvr lève 130 M€ et s'impose comme un leader européen

**Silvr, une FinTech française basée à Paris et lancée en 2020, a réalisé une levée de fonds de 130 millions d'euros.** L'entreprise déploie une technologie qui lui permet de mesurer la performance des entreprises en temps réel et de calculer ses performances pour établir le RBF. Elle se rémunère en prélevant une commission qui varie entre 6 % à 9 % du montant financé. Elle s'adresse à tous types d'entreprises qui sont en ligne, dans l'e-commerce ou le SaaS. L'entreprise, grâce à son premier tour de table de 3 M€ en seed début 2021, a recruté une vingtaine de collaborateurs et a financé plus de 100 entreprises. ●

## PUCES ÉLECTRONIQUES

## L'acquisition du britannique ARM par l'américain Nvidia bloquée par les régulateurs



Après presque dix-huit mois de négociations, Nvidia a annoncé, mardi 8 février, renoncer à son méga-achat pour 66 milliards de dollars (58 M€) de la pépite technologique britannique. Nvidia, le géant californien, leader sur le marché des puces graphiques, utilisées entre autres dans les jeux vidéo, mais aussi colosse dans l'intelligence artificielle, les véhicules autonomes et les réseaux informatiques faisait face à une entreprise britannique ARM qui ne fabrique rien mais réalise le design de puces pour le monde entier des microprocesseurs. Tous les grands du secteur achètent cette technologie, utilisant ses licences. La technologie ARM est l'une des rares d'Europe à être dominante car elle est utilisée dans 95 % des téléphones portables du monde, dans l'Internet des objets et les centres de données. ●

## CONCURRENCE

## ENTRE DISNEY ET NETFLIX, LA CONCURRENCE EST FÉROCE

La concurrence entre Disney et Netflix est féroce.

Disney compte désormais 130 millions d'abonnés et s'avère un caillou dans la chaussure de Netflix, dont la croissance est en berne et qui s'est effondré le 21 janvier dernier en Bourse (-21,8 %) à l'annonce d'une croissance inférieure aux attentes du nombre de ses abonnés. En deux ans, à fin décembre 2021, le groupe a porté son parc total à 129,8 millions d'abonnés, avec une hausse de près de 35 millions l'année dernière (+37 %) et de 11,7 millions rien qu'au trimestre écoulé. Sur l'année 2021, Netflix n'a recruté que 8,3 millions d'abonnés supplémentaires. Disney+ ne prévoit de son côté que d'atteindre l'équilibre financier qu'en 2024 et de consacrer une enveloppe de 33 milliards de dollars à l'ensemble de ses contenus en 2022, en hausse de 8 milliards sur un an, davantage que ce que Netflix devrait investir sur la même période. Les analystes misent à ce stade sur une enveloppe globale de 19 milliards pour le groupe de Los Gatos en 2022, après 17 milliards en 2021. ●



## ENVIRONNEMENT

## Coca-Cola s'engage à rendre 25 % de ses emballages réutilisables

Selon un communiqué diffusé jeudi 10 février 2022, Coca-Cola, considéré comme un pollueur majeur avec ses bouteilles en plastique, s'est engagé à rendre 25 % des contenants de ses boissons réutilisables d'ici à 2030. Les emballages réutilisables ou consignés représentaient environ 16 % des ventes de l'entreprise en 2020. Coca-Cola a déjà pris plusieurs engagements environnementaux, comme la transition vers des emballages recyclables à 100 % d'ici à 2025 et l'utilisation de 50 % de matériaux recyclés dans les bouteilles et canettes d'ici à 2030. ●



## ACQUISITION

## ID Logistics absorbe avec brio Kane Logistics

ID Logistics a signé un protocole pour l'acquisition intégrale de l'entreprise américaine Kane Logistics, un spécialiste américain de la logistique contractuelle qui affichait un chiffre d'affaires de 235 millions de dollars en 2021.

Kane Logistics avait déjà été repris en 2019 par Harkness Capital Partners pour accélérer sa croissance en devenant un acteur clé de la logistique contractuelle pour des industriels des secteurs des biens de consommation, de l'alimentaire et des boissons ou des spécialistes de la distribution. Elle s'appuiera sur un réseau de 20 plateformes aux États-Unis. La finalisation de l'acquisition est prévue d'ici à l'été 2022 et la valeur de l'entreprise s'élèvera à 240 millions de dollars. ●

## SUISSE

### Porsche avec la start-up suisse Way Ahead se lance dans les jeux vidéos



© Porsche Virtual Roads - DR

**Donner aux conducteurs, la possibilité de créer eux-mêmes leur propre jeu vidéo à partir d'un parcours qu'ils choisissent, une idée de génie qui est en train d'être développée par Porsche et la start-up suisse Way Ahead Technologies.** Les conducteurs pourront enregistrer n'importe quel itinéraire à l'aide d'une application spécifique sur leur smartphone installé derrière le pare-brise. Les données enregistrées peuvent ensuite être transférées automatiquement grâce à un logiciel qui convertit les enregistrements dans un environnement 3D. Ce logiciel utilise l'intelligence artificielle pour capturer une route et ses caractéristiques environnantes. Elles sont ensuite reproduites le plus fidèlement et le plus rapidement possible sous une forme numérique 3D. Le fichier de chaque itinéraire unique généré est compatible avec un certain nombre de jeux vidéos de course, dont « Assetto Corsa ». ●

## STRASBOURG

### Un élégant casque gonflable et dégonflable pour les cyclistes

**L'entreprise Bumpair a breveté, développé et commercialisé une « technique air » pour des casques de vélos gonflables à la norme européenne EN 1078.** Un nouveau produit, utilisable non seulement pour les cyclistes mais aussi pour les nouveaux modes



© Camille De Burthen

de mobilité, qui propose une protection maximum. Bumpair fait partie des trois nommés dans la catégorie « Protection des deux-roues » du prix de l'innovation 2022 de la Sécurité routière. L'idée est d'avoir un « outil » qui protège la tête et sait s'adapter aux nouvelles contraintes qui s'imposent aux modes de vie des urbains. Ainsi, après un choc, l'intégrité de résistance du casque n'est pas touchée. C'est un produit responsable et éco-conçu. Il propose aussi un produit textile, avec plus de 88 % de tissus recyclés et techniques issus de France. ●

## CES 2022

### Mojo Vision lève 45 millions d'euros pour ses lentilles de contact Mojo Lens

**La lentille connectée, présentée au salon CES de Las Vegas en janvier 2020, est encore à l'état de prototype.** Mojo Lens intègre un écran MicroLED caché sous un iris artificiel qui affiche des informations en réalité augmentée, elle a acquis de nouveaux partenariats avec des marques de sport (Adidas Running, Trailforks, Wearable X,...), dans les domaines de la course, du golf, du yoga, du vélo et du ski afin d'explorer de nouvelles pistes de cas d'usage comprenant l'affichage des performances. Mojo Vision envisage de le proposer aux personnes malvoyantes avec objectif de corriger certains handicaps visuels. Sa collaboration avec la Food and Drug Administration (FDA) est toujours d'actualité, mais elle n'a pas encore obtenu d'autorisation de mise sur le marché. ●

## LONDRES

### Les colliers pour chats West Ham, un insolite carton des ventes

**Les colliers pour chats aux couleurs des Hammers, un produit dérivé de West Ham, est en rupture de stock.**



Le club londonien a mis en vente les colliers pour chats, à 5 livres sterling l'unité, sur l'espace officiel des Hammers, aux côtés de gamelles, ou encore de couvertures pour chiens. Ils sont, ce qui est incroyable, en rupture de stock. Même sur le site du géant américain Amazon, le produit est actuellement indisponible. Cette opération a été réalisée pour répondre à la polémique lancée par le défenseur français, Kurt Zouma, qui a été filmé en train de maltraiter son chat. Les sanctions pleuvent dont celle d'avoir perdu la garde de ses matous et il a été pénalisé d'une lourde amende à hauteur de 300 000 euros. Cette amende sera versée à une organisation de protection des droits des animaux. Le joueur a été aussi lâché par son équipementier Adidas. ●

## FRANCE

## Pi-Pop : Les vélos électriques sans batterie !



**La société STEE, une entreprise d'électronique d'Olivet (Loiret) propose un vélo électrique qui n'a pas besoin de se recharger, grâce à la technologie innovante des supercondensateurs.** Ce vélo pèse 20 kilos et embarque des supercondensateurs, qui emmagasinent de l'énergie à partir de l'effort produit par le cycliste et la restituent sous forme d'assistance électrique dès qu'il faut appuyer un peu plus sur les pédales. Il s'agit d'un système de recharge autonome. Dans un boîtier bleu placé à l'arrière du deux-roues, se trouve un dispositif qui récupère l'énergie que l'on produit en pédalant. Il la stocke et peut la restituer lorsque l'on a besoin de l'assistance électrique. STEE va lancer la fabrication d'une centaine d'unités supplémentaires et compte en produire un millier en un an. STEE a aussi signé avec l'enseigne Boulanger pour la future distribution de ses engins, qui sont vendus à 1 995 euros. ●

## FRANCE

## Des superchargeurs Tesla installés sur des parkings de supermarchés et hypermarchés du groupe Casino

**Le groupe Casino va accueillir des superchargeurs Tesla sur les parkings de ses supermarchés et hypermarchés.** La première station va être opérationnelle à l'automne 2022 à Annecy (Haute-Savoie). Le groupe Casino compte 85 hypermarchés Géant Casino et 337 magasins Casino Supermarchés. Une trentaine d'autres stations devraient être créées dans le futur, précise le groupe Casino. Elles fonctionneront 24 heures/24 et 7J/7. Elles compteront entre huit à vingt bornes permettant de recharger son véhicule à une puissance de 250 kW. Ainsi, les propriétaires de Tesla Model 3 rechargent leur voiture durant 15 minutes, ils pourront rouler 275 kilomètres. Mais l'intérêt est que tous les superchargeurs ne sont pas réservés exclusivement aux clients de Tesla. 16 stations pilotes sur les 100 existantes acceptent les véhicules électriques des autres marques depuis début février 2022. ●

## TOULOUSE

## L'avion décarboné prendra-t-il vie à Toulouse ?

**Les 42 États signataires de la « déclaration de Toulouse » le 4 février ont appelé tous les partenaires du monde entier pour travailler ensemble afin d'atteindre la neutralité carbone et cela dès la 41e assemblée de l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI, une agence de l'ONU) convoquée fin septembre.** Cette « déclaration de Toulouse », lancée sous l'égide de la présidence française de l'Union européenne, a pour but d'inciter à prendre des mesures afin de parvenir en 2050 à un secteur aérien qui ne contribuera plus au réchauffement climatique. Le texte est signé par 42 États, les 27 de l'Union, mais aussi notamment les États-Unis, le Royaume-Uni, le Canada, le Maroc et la Géorgie. Des dizaines d'organisations et d'entreprises, parmi lesquelles des aéroports, des compagnies aériennes, des avionneurs et des énergéticiens, ont également paraphé la déclaration, selon le ministre français délégué aux Transports, Jean-Baptiste Djebbari. ●

## CHINE

## Des taxis dans l'espace, réalité ou utopie ?

**L'entreprise chinoise Space Transportation a mis au point « une fusée avec des ailes ».**



© Space Transportation

Les passagers pourront aller à l'autre bout du globe en un temps record. Des tests au sol sont prévus dès l'année prochaine, avec un premier vol pour 2024 et un vol habité en 2025. Space Transportation planifie un vol orbital avec un équipage en 2030. Un programme intense pour cette société, créée seulement en 2018, qui a levé 46,3 millions de dollars en août dernier. La concurrence de Virgin Galactic est rude car elle a déjà réalisé des vols suborbitaux en juillet 2021, avec son fondateur Richard Branson à bord et Blue Origin a envoyé ses premiers touristes de l'espace l'an dernier. ●

*Alexandre Berriche,  
co-fondateur de Fleet*

# FLEET OU LA PROFESSIONNALISATION DE LA GESTION DU PARC INFORMATIQUE

## Alexandre Berriche répond à nos questions sur les débuts de Fleet jusqu'à aujourd'hui.

L'entreprise qui connaît une expansion rapide a su traverser la crise sanitaire sans pour autant lever de fonds.

### QUEL A ÉTÉ VOTRE PARCOURS JUSQU'À LA CRÉATION DE FLEET ?

Pour rester concis, j'ai commencé en finance en Private Equity. L'opérationnel m'a rapidement attiré, c'est pour cela que j'ai rejoint Rocket Internet, un incubateur Allemand, connu notamment pour ses participations aux succès de marketplaces et de e-commerce dans des pays émergents, en suivant un modèle « copycat ». Je suis resté chez eux deux ans pour construire leurs opérations en Afrique notamment avec Jumia, qui est le Amazon africain et leader du e-commerce en Afrique. C'était la première licorne africaine. Chez eux, j'étais Head of operations d'Afrique du Nord, puis directeur général de la Tunisie. Après cette aventure, j'ai rejoint Ironhack, une edtech en code, design, data ou cybersécurité. J'y étais directeur des opérations et de l'expansion internationale pendant deux ans. Je gérais la boîte au jour le jour ce qui m'a permis de développer des compétences essentielles de l'entrepreneuriat. Enfin, j'ai lancé Fleet il y a maintenant trois ans.

### COMMENT AVEZ-VOUS RENCONTRÉ VOTRE CO-FONDATEUR ?

Je l'ai connu chez Jumia, au Maroc. Travailler beaucoup ensemble nous a rapprochés si bien que nous sommes devenus très amis. Nous connaissons nos qualités professionnelles qui sont complémentaires et nous avons

confiance l'un en l'autre. Ces deux éléments nous ont permis de poser des bases solides dans notre relation de co-fondateurs associés.

### COMMENT VOUS EST VENUE L'IDÉE DE FLEET ?

J'étais déjà dans un processus intellectuel de recherche d'une idée qui me plaît. J'avais quelques critères en tête car je voulais plutôt faire du BtoB et avoir une typologie de clientèle start-up sur un gros marché. J'aimais bien cette notion de choisir une verticale, comme Alan l'a fait pour l'assurance santé. Je pense que cette démarche m'a permis de structurer ma pensée. Pour la petite histoire, un jour, j'ai cassé mon ordinateur professionnel et c'était vraiment difficile. Je me suis retrouvé à aller en acheter un à 11h00 du matin à la Fnac, dans l'urgence sans savoir quel modèle acheter et l'assurer ou non. Je me comportais comme un particulier. Pourtant, je travaillais dans une entreprise de 150 personnes, qui faisait 20 millions de chiffre d'affaires. Je n'ai pas eu l'idée tout de suite. Après cet événement, je me suis dit : « *C'est fou, à chaque fois que je recrute des personnes dans la boîte, je me retrouve à acheter des ordinateurs à la dernière minute, c'est vraiment chaotique !* ». Quelques semaines après, mon patron de l'époque, celui d'Ironhack, m'a dit de passer toute l'Europe en leasing. Il trouvait peu rentable que nous achetions tous les ordinateurs et de les



**2019**

Date de création



**500**

salarié



Objectif 2022

**25**

millions de chiffre d'affaires



Plus de

**12**

millions de chiffre d'affaires

> payer au comptant. C'est à ce moment que j'ai eu un déclic et que l'idée est véritablement née, celle de créer un service d'abonnement mensuel digital qui permet à une start-up ou une PME d'acheter un ordinateur ou de l'avoir à disposition, de manière qualitative, avec une garantie, une plateforme de gestion.

### **QUELS ONT ÉTÉ LES GRANDS CHALLENGES DU DÉBUT ET QUELLES ONT ÉTÉ LES GRANDES ÉTAPES DE L'ENTREPRISE ?**

Notre premier grand challenge c'était d'abord une décision : celle de ne pas lever de fonds. Ne pas lever de fonds impose une rigueur absolue, une détermination et une ambition à toute épreuve. Nous avons constamment

**« Notre plateforme permet également de gérer sa flotte et de la renouveler. Cela crée de la valeur pour nos clients et leur permet de se professionnaliser dans certains cas. Il demeure assez rare de proposer un produit financé avec une garantie derrière. Cela permet aux entreprises d'avoir un « one-stop shop ». »**

cherché à rester dynamiques et constants dans notre travail pour assumer cette décision. Je pense que ce choix nous a réussi puisqu'en 2021, nous avons réalisé six fois le chiffre de 2020. Nous avons dépassé le million par mois au mois de novembre 2021. Nous avons donc bien évolué pour une entreprise qui a bientôt trois ans mais qui reste donc relativement jeune aux effectifs réduits.

Après le lancement en avril 2019, évidemment, la COVID est arrivée. Le premier confinement nous a fortement

touchés, comme de nombreuses entreprises. Geler les recrutements alors même que nous venions à peine de recruter nos deux premiers salariés, faire face à une chute drastique des commandes Fleet, le tout sans lever de fonds, nous a beaucoup fragilisés. Cette période d'incertitude nous a fait peur mais nous avons su remonter la pente et relancer les recrutements en nous focalisant sur la croissance des commandes.

### **EST-CE QUE VOUS AVEZ RAPIDEMENT RÉUSSI À VENDRE ?**

Oui clairement nos premières ventes se sont faites dès le lancement officiel et cela a été assez confortable. Au lancement de Fleet, nous avons eu de la chance car nous avons tout de suite fait beaucoup de ventes. En fait, je pense que nous avons bien compris notre marché, bien positionné notre offre et que nous avons rencontré ce qu'on appelle un product-market fit. Après nos difficultés liées à la Covid, nous avons beaucoup grossi et j'ai pu alors constater que la croissance n'est absolument pas linéaire. Malheureusement, il ne suffit pas de tracer une droite pour que les ventes se fassent de manière continue. Quand on grandit, on doit être prêt à passer par des moments forts mais aussi des moments plus faibles de stagnation. Il faut savoir garder du sang-froid face à tout cela.

### **QUELLES ONT ÉTÉ LES ÉTAPES SUIVANTES ?**

Nous sommes enfin sortis de la COVID et nous avons su nous concentrer sur les sujets qui ont eu de l'importance pour notre croissance : notre technologie et notre design qui nous positionnent sur les verticales des startups et PME, le recrutement à des postes stratégiques (développeurs, data analysts, designers). Poser ces fondations solides nous a permis par la suite d'accélérer commercialement et en marketing.

### **QUELS VONT ÊTRE VOS FUTURS CHALLENGES ? VOS GRANDS DÉFIS ?**

Nos grands défis à venir ? Il y en a plusieurs. Nous avons envie d'attirer et de grossir rapidement. Nous voulons élargir notre taille de clientèle. Aujourd'hui, nous avons beaucoup de clients qui sont des start-ups ou des scale-ups. Nous commençons à séduire des PME et nous voulons en servir davantage !

D'un point de vue produit, nous avons lancé les PC et nous souhaitons qu'ils participent plus à notre CA qui est





aujourd'hui plus alimenté par nos produits historiques : les Macbook.

Côté expansion internationale, nous lançons Fleet en Espagne. Cela représente une grande étape de notre développement.

Nous rencontrons également des enjeux de R&D. Notre produit est différencié et avancé dans le parcours d'achat, la gestion de flottes... Cependant, nous souhaitons continuer à y investir pour creuser encore plus notre différenciation et notre avance.

Enfin il y a des défis du quotidien comme savoir bien jumeler à la fois les performances et en même temps, les résultats à long terme, comme c'est le cas pour toutes les entreprises.

**L'AVANTAGE CONCURRENTIEL EST D'ABORD DANS LA TECHNOLOGIE, SI JE COMPRENDS BIEN ?**

Oui, il est beaucoup dans la technologie et à plusieurs niveaux. D'abord, notre onboarding est très simple car il permet en trois clics d'acquérir un ordinateur. C'est une différence énorme avec nos concurrents qui sont des acteurs plus traditionnels pour qui il faut deux semaines pour soumettre un contrat. Dans notre cas, c'est quasiment instantané et cela donne une impression de « wahou » pour nos clients.

Notre plateforme permet également de gérer sa flotte et de la renouveler. Cela crée de la valeur pour nos clients et leur permet de se professionnaliser dans certains cas. Il demeure assez rare de proposer un produit financé avec une garantie derrière. Cela permet aux entreprises d'avoir un « one-stop shop », entre guillemets. Ils viennent chez nous et obtiennent le produit, son financement, sa garantie et la plateforme de gestion. Enfin, la technologie est aussi présente en interne avec des outils technologiques qui nous permettent de gérer de nombreux flux mais de façon très efficace, et de répondre très rapidement au client.

**EST-CE QU'IL Y A QUELQUE CHOSE QUI VOUS A SURPRIS DEPUIS QUE VOUS AVEZ CRÉÉ VOTRE PROPRE STRUCTURE ?**

Avant de diriger Fleet, j'avais un rôle de dirigeant dans une autre start-up, et très jeune, j'ai eu des rôles de dirigeant. Chez Jumia, j'étais directeur de pays et chez Ironhack, j'étais directeur COO, directeur des opérations groupe. Pour autant, je perçois une vraie différence entre occuper un poste de dirigeant et diriger une entreprise que j'ai créée : il y a plus de responsabilités et un peu plus de pression. En effet, payer ses employés chaque mois et faire en sorte que la croissance soit durable sur le long terme sont des facteurs qui accentuent la pression du dirigeant mais qui procurent parallèlement une satisfaction immense. ●



**3 CONSEILS D'ALEXANDRE BERRICHE**

01

**ÊTRE AMBITIEUX.** Essayer de projeter une idée sur du moyen terme et viser haut. Je pense que l'ambition, c'est quelque chose d'important quand on est entrepreneur.

02

**AVOIR DE LA RESSOURCE ET CONSTAMMENT CHERCHER DES SOLUTIONS.** Sans relâche, il faut toujours savoir rebondir, trouver des solutions, être « ressourceful », comme on le dit en anglais. C'est une grande qualité de pouvoir être plein de ressources et de solutions. Dans l'entrepreneuriat, nous rencontrons toujours des situations auxquelles nous ne sommes pas préparés, pour lesquelles il faut avoir du bon sens et rebondir.

03

**SAVOIR SE CONSTRUIRE UN RÉSEAU D'AUTRES ENTREPRENEURS,** en cherchant à s'entourer des entrepreneurs qui sont des modèles pour nous, avec plus d'expérience et qui peuvent nous aider en partageant leurs apprentissages. C'est une raison pour laquelle j'apprécie d'être business Angel : « *Je suis passé par cette situation et c'est cette solution qui a marché dans mon cas* ». ●

# MATERA, L'ENTREPRISE QUI RÉVOLUTIONNE LES SYNDICS

**Interview de Raphaël Di Meglio, cofondateur de l'entreprise qui a connu une expansion très rapide depuis ses débuts en 2017 et compte aujourd'hui plus de 200 salariés.**

### **QUEL A ÉTÉ VOTRE PARCOURS JUSQU'À LA CRÉATION DE MATERA ?**

Je sortais tout juste d'école. J'ai fait des études de droit et après une école de commerce et j'ai commencé à entreprendre pendant ma dernière année d'étude. Nous étions alors en 2017 et nous nous sommes lancés avec mes deux cofondateurs, l'un que j'avais rencontré à l'école de commerce et l'autre que nous avons recruté sur LinkedIn car nous recherchions un profil technique pour développer la plateforme.

### **COMMENT VOUS EST VENUE L'IDÉE DE CRÉER MATERA ?**

J'ai acheté un appartement en banlieue parisienne à Saint-Ouen et j'ai rencontré moi-même des problèmes de syndic. C'est-à-dire que je recevais des appels de fonds, un document qui est envoyé par le syndic pour calculer nos charges et qui était assez illisible. J'avais du mal à joindre mon syndic et je me suis dit qu'il y avait quelque chose à faire sur ce secteur.

### **QUELLES ONT ÉTÉ LES GRANDES ÉTAPES À PARTIR DE LÀ ?**

Nous avons d'abord commencé par concevoir le produit, lever des fonds, nous développer en France et désormais à l'international puisque nous avons ouvert un bureau à Berlin. Nous sommes passés de trois personnes en 2017 à 200 aujourd'hui. La levée de fonds de 35 millions d'euros en 2021 n'était pas la première puisque nous en avons réalisé deux autres auparavant. On peut également les considérer comme des étapes.

Nos étapes essentielles ont été de signer notre premier client, ensuite signer notre centième, et aujourd'hui, nous avons 4 500 copropriétés clientes. Il y a également les levées de fonds et le développement en Allemagne. Il y a eu d'autres comme des lancements de produits comme notamment le fait de devenir nous-mêmes une néo-banque. En l'occurrence, nous développons une plateforme pour la gestion des immeubles et chaque immeuble doit avoir un compte de paiement par immeuble. Nous avons obtenu une autorisation auprès de l'ACPR pour devenir nous-mêmes une néo-banque et permettre à nos clients de gérer l'argent de la copropriété directement sur la plateforme. Il s'agissait d'un énorme enjeu technologique.

### **QUELLES ONT ÉTÉ LES LEVÉES DE FONDS SUCCESSIVES ? À QUOI ONT-ELLES SERVI ?**

Nous avons réalisé une première levée de fonds, ce qu'on appelle en seed de 1,5 million d'euros. Ensuite, nous avons fait une série A de 10 millions d'euros et dernièrement la série B de 35 millions d'euros. Les levées de fonds ont servi au développement de la société, à la fois en termes de développement de la plateforme puisqu'il fallait recruter des développeurs pour améliorer le produit constamment et aussi en termes de commercial pour effectuer les dépenses en marketing et recruter des commerciaux. Il s'agissait également lors de ces levées de fonds de nous développer en termes de parts de marché. Enfin, elles ont également servi à recruter des experts, des gens en supports, des juristes, des comptables et certaines personnes du bâtiment pour accompagner nos copropriétaires.





*Raphaël Di Meglio,  
co-fondateur de Matera*



**2017**

Date de création



**4 500**

copropriétés clientes



Plus de

**200**

salariés



Levée de fonds

**35**

millions d'euros en 2021



## **VOUS AVEZ RÉUSSI À VENDRE TOUT DE SUITE OU VOUS AVEZ RENCONTRÉ DES DIFFICULTÉS AU DÉBUT ?**

Nous avons réussi à tout de suite vendre. Il y a toujours eu énormément d'appétence pour notre produit et notre

**« On veut vraiment permettre aux gens de bien gérer leur logement, de manière efficace et transparente. Cela, nous voulons le faire en France et en Europe et c'est ce qui nous anime aussi mutuellement. »**

modèle. Je pense que les difficultés que nous rencontrons sont plus liées à la réglementation et à la complexité du fait de pouvoir changer de modèle de syndic en France. C'est un marché qui est très sclérosé par le fait qu'il faille réaliser une assemblée générale avec une convocation qui est envoyée par le syndic, un vote en assemblée générale. Finalement, la procédure est très lourde pour des contrats qui vont parfois jusqu'à trois ans de durée.

## **QUELS SONT LES PRINCIPAUX AVANTAGES AUJOURD'HUI DE VOTRE SOLUTION PAR RAPPORT À UNE AUTRE ?**

Il y en a deux principales. La première, c'est que les problèmes de la copropriété sont résolus plus rapidement, car nous aidons à trouver des solutions dans un temps record, pour les fuites d'eau, les problèmes d'ascenseur, les problèmes qui peuvent exister dans la copropriété. La deuxième, c'est de faire des économies dans la copropriété. En moyenne, sur notre parc client, il y a 30 % du budget total qui est économisé par rapport à ce qui se faisait.

## **QUELLES ONT ÉTÉ LES PRINCIPALES DIFFICULTÉS QUE VOUS AVEZ RENCONTRÉES DEPUIS LE DÉBUT ? COMMENT LES AVEZ-VOUS SURMONTÉES ?**

La principale difficulté, c'est le comportement des acteurs traditionnels qui, pour conserver leurs contrats, ne respectent pas toujours les lois et les procédures. Nous avons un département juridique et nous travaillons avec des avocats pour faire respecter nos droits et ceux des copropriétaires. Nous avons réussi ce tour de force en internalisant les juristes pour réagir efficacement face aux pratiques du secteur.

## **QU'EST-CE QUI VOUS A LE PLUS SURPRIS DEPUIS QUE VOUS AVEZ MONTÉ VOTRE BOÎTE ?**

Qu'est-ce qui m'a le plus surpris ? C'est le décalage entre le discours des acteurs existants sur le marché et la réalité du terrain. C'est-à-dire qu'il existe un énorme décalage entre ce que comprennent les acteurs traditionnels et ce que les copropriétaires attendent en termes de qualité de service. Ils n'ont pas du tout de vision sur ce qu'attendent les copropriétaires.

## **QUELS VONT ÊTRE LES FUTURS DÉFIS À VENIR ?**

C'est continuer à grandir sereinement et de manière efficace. D'ici à la fin de l'année, nous aurons 8 000 copropriétés clientes. Il faut donc réussir à recruter, bien exécuter, placer notre argent comme il faut et continuer à grandir sereinement. Il s'agit de continuer à grandir tout en maintenant notre satisfaction client et notre exécution et nous développer en Allemagne.

## **POURQUOI CE PAYS EN PARTICULIER ?**

Parce que c'est le pays avec la France qui a la plus grande taille de marché en Europe. Il y a 800 000 immeubles en copropriétés en Allemagne. Il y a un avantage certain dans ce pays, c'est que les copropriétaires peuvent prendre une décision à l'unanimité hors assemblée générale. Si tous les propriétaires sont d'accord, ils peuvent devenir client Matera sans passer par une assemblée générale.





**VOUS AVEZ GRANDI ASSEZ VITE PUISQUE VOUS ÊTES DÉJÀ À 200 PERSONNES AU BOUT DE QUATRE ANS. EST-CE QUE ÇA A ÉTÉ FACILE D'INTÉGRER TOUTES CES PERSONNES AU SEIN DE L'ÉQUIPE ?**

Cela s'est fait de manière plutôt saine, puisque nous avons une équipe assez forte. Les gens sont animés par la mission de faire passer des copropriétaires insatisfaits dans leur situation précédente à des copropriétaires particulièrement heureux d'avoir plus de transparence et

d'efficacité. Ce sont des choses qui soudent tout le monde et qui permettent aux gens de s'intégrer très rapidement.

**QUELLES SONT LES GRANDES VALEURS DE L'ENTREPRISE ?**

Notre proposition de valeurs se résume un peu par une copropriété heureuse. Nous voulons vraiment permettre aux gens de bien gérer leur logement, de manière efficace et transparente. Cela, nous voulons le faire en France et en Europe et c'est ce qui nous anime aussi mutuellement. ●



**4 QUESTIONS À FRANÇOIS XAVIER PRÉAUT, DIRECTEUR GÉNÉRAL D'OUTBRAÏN FRANCE, DONT LA SOLUTION EST UTILISÉE PAR MATERA POUR SE FAIRE CONNAÎTRE**

**01 Dans quel cadre intervient votre collaboration ?**

Notre collaboration intervient au niveau du « discovery ». Qu'est-ce que c'est ? C'est l'inverse du search, c'est-à-dire que nous mettons les internautes dans des situations où ils découvrent des choses qui sont susceptibles de les intéresser et qu'ils ne connaissent pas encore. C'est finalement l'inverse de quelque chose que tout le monde connaît, qui s'appelle le « search », plus communément appelé la recherche qui s'effectue généralement via les moteurs de recherche tels que Google. Nous sommes très heureux puisqu'en fait, nous collaborons beaucoup et de plus en plus avec des start-up comme Matera, même si ce ne sont plus vraiment des « startups » au sens des premiers pas. Ce sont les nouvelles licornes qui seront les futurs géants de demain. Nous les aidons finalement à accélérer plus fortement, à s'engager efficacement et rapidement à trouver des nouvelles audiences, à être connus, à lutter contre un certain déficit d'image puisqu'ils ne sont pas encore suffisamment gros pour être connus de tous. C'est-à-dire que peu de gens connaissent déjà Matera et ils ont besoin de reconstruire un nouveau public. Certes, la notoriété commence à apparaître mais cela prend du temps et les internautes ne cherchent pas forcément à découvrir le nouveau modèle du syndic.

**02 En quoi consiste exactement votre action ?**

C'est notre job à All Brain d'aller sur TF1 ou voir Le Monde pour expliquer aux internautes que « Matera révolutionne le concept du syndic » et de dire « Découvrez-le ». Ce qui est très intéressant, c'est que d'une certaine manière, un peu comme Google à l'époque, il y a un temps pour créer les futurs géants de l'e-commerce. Nous espérons participer à aider les nouveaux acteurs très agiles à devenir des géants. Nous ne sommes, bien évidemment, pas l'unique outil car Matera est déjà présent en télé.

**03 Quel est l'apport principal pour eux ?**

Nous sommes engagés avec eux et cela marche plutôt bien parce que nous avons une force de frappe très importante et nous pouvons délivrer des millions de visiteurs très efficacement. Après j'arrête de faire ma promotion mais pour citer un « case study » que nous avons publié ensemble avec Matera, nous arrivons même à délivrer des taux de conversion et des leads plus efficaces que les réseaux sociaux comme Facebook. Nous sommes souvent deux à trois fois plus efficaces. Nous touchons des audiences CSP+ qui ont un panier moyen intéressant et qui correspondent probablement à la cible de Matera. Notre intervention se réalise dans tous les grands groupes médias du monde entier. C'est cela d'ailleurs, l'intérêt pour une société comme Matera, surtout si vous avez des ambitions très internationales. Notre plateforme l'est, donc si demain, ils veulent révolutionner les syndicats aux USA par exemple, nous pouvons capter les internautes de CNN, du Washington Post, ... Évidemment cela fonctionne en Europe également. Nous lançons des actions d'ailleurs en Allemagne en ce moment avec Matera. Nous avons commencé avec eux par la France et désormais nous nous implantons plus fortement dans un pays où nous sommes bien installés. Notre action finalement se déroule sur les sites web, mobiles, les applications...

**04 Cela se passe comment concrètement ?**

Une fois que l'internaute a consulté un premier article, nous lui faisons découvrir d'autres contenus avec un flux de recommandations à la façon des réseaux sociaux. C'est là où un annonceur comme Matera va pouvoir s'afficher et être présent dans le flux de recommandation. Cette action ne s'arrête pas au site média, mais s'étend aux différents types de supports comme des sites e-commerce, des opérateurs téléphoniques... Notre enjeu, c'est de générer des découvertes auprès des internautes partout où c'est possible de le faire. ●

## LES ENTREPRISES QUI ONT CHANGÉ DE NOM

facebook ► ∞ Meta

**1 Facebook → Meta**  
Mark Zuckerberg, le patron de la firme, a annoncé jeudi le 28 octobre lors de l'événement virtuel Facebook Connect, que la maison mère allait désormais s'appeler « Meta ». Le fondateur a choisi « Meta »- « au-delà » en grec ancien-pour montrer qu'il y a « toujours plus à construire ». Meta regroupera donc les réseaux sociaux Facebook et Instagram, les messageries Messenger et Whatsapp, ainsi que les lunettes de réalité virtuelle Oculus.

Google ► Alphabet

**2 Google → Alphabet**  
En 2015, Google a réorganisé ses activités en créant une maison mère baptisée Alphabet, afin de séparer ses actifs rentables des parties non rentables de son entreprise, comme la plateforme YouTube, la filiale de voitures autonomes Waymo, etc. Ce n'est pas pas la première fois que Google changeait de nom. En 1996, les fondateurs de Google, Larry Page et Sergey Brin, ont baptisé leur entreprise BackRub.

TOTAL ► TotalEnergies

**3 Total → TotalEnergies**  
En février 2021, Patrick Pouyanné, PDG de Total, avait annoncé que la firme devrait changer de nom, pour s'appeler TotalEnergies. Théoriquement, changer de nom n'engage pas TotalEnergies à contribuer à des politiques industrielles plus viables pour l'environnement. Le dernier changement de nom de l'entreprise, date de 2003, lorsque TotalFinaElf est devenu Total.

GDF SUEZ ► ENGIE

**8 GDF Suez → Engie**  
Depuis le 24 avril 2015, le groupe GDF Suez s'est attribué une nouvelle identité visuelle et un nouveau nom « Engie ». Le groupe a voulu s'éloigner de son image de « vendeur de gaz » pour « mobiliser l'ensemble des énergies ». Il a marqué également ses distances avec la marque Suez issue de la fusion en 2008 de GDF, Gaz de France, avec le groupe Suez.

verizon ► yahoo!

**7 Verizon Media → Yahoo**  
En 2017, un an et demi après son lancement, Oath change de nom en effet pour devenir Verizon Media Group. Verizon Media est issue de la fusion de Yahoo et d'AOL et d'un partenariat avec Microsoft. Elle détient des marques comme Yahoo, Techcrunch et Engadget ainsi que technologies adtechs propriétaires (SSP et DSP). En novembre 2021, Verizon Media prend le nom Yahoo EMEA Limited.

france-telecom ► orange™

**6 France Telecom → Orange**  
En février 2012, la ligne fixe France Télécom a changé de nom et devient Orange, un opérateur de téléphonie mobile britannique racheté par France Télécom, en 2000. France Télécom est l'opérateur historique des télécommunications en France. La Direction générale des télécommunications prend le nom de France Télécom le 1<sup>er</sup> janvier 1988 sous la présidence de François Mitterrand, pour répondre à une directive européenne et réorganiser le secteur des télécommunications français.

Covoiturage.fr ► BlaBlaCar

**4 covoiturage.fr → BlaBlaCar**  
Covoiturage.fr a été créé en 2004 par Frédéric MAZZELLA en France, puis s'est exporté dans d'autres pays européens sous le nom BlaBlaCar, pour faciliter son développement en Europe. Après un vaste sondage auprès des covoitureurs et après plus de 250 propositions, l'entreprise a opté pour « BlaBla + voiture », donc BlaBlaCar ! L'entrepreneur voulait que le nouveau nom ne comporte qu'une seule voyelle et qu'il se prononce à l'identique toutes les langues.

Voyages-sncf.com ► OUI sncf

**5 Voyages-sncf → OUI.sncf**  
En 2017 après 17 années d'existence la compagnie ferroviaire française Voyages-sncf, décide de devenir OUI.sncf. Il s'agit avant tout d'une volonté d'uniformisation des différentes marques de l'entreprise. L'insertion du « oui » fait écho aux noms des marques créées par la compagnie telles qu'inOUI (TGV), OUIgo (TGV low-cost), Oubus (autocar) et OuiCar (location de voiture entre particuliers).

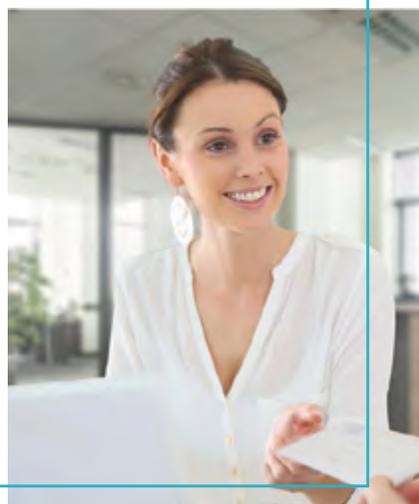




# SOFRADOM

Conseil en Domiciliation d'Entreprises

CRÉEZ VOTRE ENTREPRISE  
DANS LES MEILLEURES  
CONDITIONS



## DOMICILIATION D'ENTREPRISES

LEADER EN FRANCE AVEC PLUS DE 45 ANS D'EXPERIENCE,  
62 ADRESSES À PARIS ET EN RÉGION PARISIENNE.

**DISPOSEZ DE  
L'ADRESSE DE VOTRE SIEGE SOCIAL  
IMMEDIATEMENT**

à partir de **5€**ht/mois\*

**62**  
ADRESSES  
A VOTRE SERVICE!



Tél. 01 56 93 40 01 • [www.sofradom.fr](http://www.sofradom.fr)



*Ne cherchez plus... Vous avez trouvé !*



\* sous conditions

## LES TAUX DE RÉSERVATION EN STATIONS DE SKI

D'après l'étude de G2A Consulting, les réservations sont en baisse de 7 % par rapport à 2019/2020, qui s'annonçait comme un hiver record avant la fermeture administrative des domaines skiables, le 15 mars 2020. Le taux de réservation moyen a dépassé 80 % au cours de la semaine du Nouvel an. Les Alpes du nord s'en sortent mieux (-6 %), à l'image des stations de l'Isère qui présentent un léger déficit de 4,5 %. Le taux de réservation pour l'ensemble des hébergements s'élève à 43 %, en retard de moins de 2,5 points par rapport à l'hiver 2019/2020, qui fut une saison référente avec des taux supérieurs aux deux hivers précédents. Les Alpes du Nord affichent un retard comparable de 3 points (45 % de taux de réservations) et du Sud (35 % de taux de réservations), les Pyrénées sont en avance d'1 point (25 % de taux de réservations) par rapport à l'hiver 2019/2020. Les stations de charme et de moyenne altitude enregistrent un retard limité de 2 points avec un taux de réservations à 40,5 %, et les grands domaines connaissent un recul légèrement plus marqué (3 points) avec un taux de réservations à 44 %.

## COVID-19 : DES RESTRICTIONS DANS DES STATIONS DE SKI

Face à la hausse des contaminations dues au Covid-19, la préfecture de Savoie a pris samedi 25 décembre de nouvelles mesures de restrictions dans les stations de ski du département.

### ● Les gestes barrières devront être respectés

Les skieurs devront appliquer les gestes barrières lors de leur séjour. Les files d'attente pour les remontées mécaniques sont notamment ciblées par le gouvernement.

### ● Le masque obligatoire dès l'âge de 11 ans

« Seuls les téléskis et tapis roulant pourront, éventuellement, être exonérés du port du masque lorsqu'ils sont empruntés par un seul usager à la fois », développe le DSF.

### ● Le pass sanitaire obligatoire

Depuis le 4 décembre dernier, le pass sanitaire est obligatoire pour toutes les personnes de plus de 12 ans et 2 mois dans les remontées mécaniques, ainsi que dans les restaurants qu'ils soient d'altitude ou en station.



**LE MARCHÉ MONDIAL DES VÊTEMENTS DE SKI**

Selon le rapport de Stratview Research, le marché des vêtements de ski a connu une baisse de -2,8 % en 2020. Ce marché devrait passer de 1,2 milliard USD en 2020 à 1,4 milliard USD d'ici 2026 à un TCAC de plus de 3,1 % au cours de la période de prévision. L'Europe représente la plus grande part de marché d'environ 29 % en 2020 en raison de la présence d'acteurs clés du marché tels que Lafuma (France) et Decathlon SA (France). Le marché va connaître une croissance importante dans la région Asie-Pacifique grâce à l'augmentation des dépenses de la jeune génération dans les activités sportives récréatives. Cette augmentation sera consacrée au développement d'infrastructures pour les sports de ski par les gouvernements des pays en développement comme l'Inde et la Chine.

**LE MARCHÉ MONDIAL DES ÉQUIPEMENTS DE SKI**

D'après Market Watch, le marché mondial des équipements de ski a été évalué à 4207,2 millions USD en 2020, et devrait atteindre 5023,6 millions USD en 2026, avec un taux de croissance annuel moyen de 3,0 % entre 2021 et 2026. La taille du marché des équipements de ski a été estimée en utilisant 2020 comme année de base et 2021 à 2027 comme période de prévision dans cette étude. Plus de 90 % des spatules vendues depuis début octobre sont des skis de randonnée, contre 10 % de skis alpins. À l'occasion de cette nouvelle saison de sports d'hiver, le ski de randonnée atteint des sommets après l'immense engouement de l'hiver dernier en l'absence des remontées mécaniques.

# LES GRANDES TENDANCES DES CHATBOTS



La crise sanitaire a accéléré l'adoption des chatbots. Ils sont devenus un atout majeur pour la transformation digitale des entreprises.

Le conversationnel reste pourtant à ses débuts avec un axe fort de développement autour de l'intégration plus poussée de l'IA.

“ 2022, LE DÉVELOPPEMENT DE L'IA DANS LES CHATBOTS.

IDETA



## IA

Accélération des marchés de l'IA conversationnelle et des chatbots  
**+30% de croissance annuelle**  
en moyenne au niveau mondial attendue entre 2019 et 2024 \*

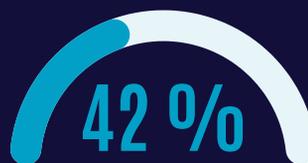
### 2018-2019

16% des chatbots utilisent de l'IA



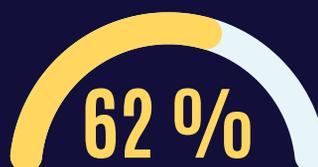
### 2020 - 2021

42% des chatbots utilisent de l'IA



### PROJECTION 2022

62% des personnes interrogées sur leur projet de chatbot déclarent vouloir faire un chatbot avec de l'IA





## IA & E-COMMERCE

98% des retailers estiment que l'IA pourrait améliorer leur plateforme e-commerce. \*\*



## CAS D'USAGE

### ACQUISITION



50% des chatbots sont conçus pour acquérir de nouveaux leads, récupérer des informations et/ou générer une vente.

### SUPPORT



29% des chatbots sont conçus pour répondre aux besoins des clients ou autres salariés.

## CANAUX DE COMMUNICATION



**SITE WEB**

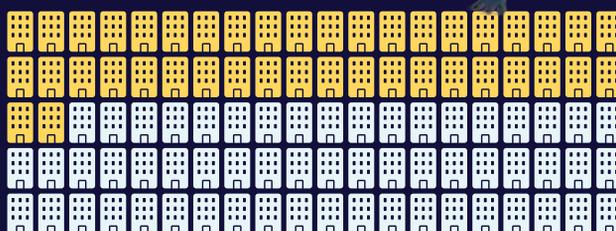
71% des chatbots sont publiés sur des sites web mais 3 canaux de communication connaissent une forte croissance !

- ✓ **SVI - CALLBOTS**
- ✓ **GOOGLE BUSINESS MESSAGES**
- ✓ **WHATSAPP**

## AUTOMATISATION



42 %



42% des chatbots sont connectés à au moins un outil externe ou interne de l'entreprise. Une progression de plus de 29 points en l'espace de 2 ans.

**+29 POINTS EN 2 ANS**



## TENDANCES 2022

### 1 Les agents conversationnels boostés par l'IA

L'amélioration de l'IA permet entre autre le fort développement du vocal et l'automatisation de la téléphonie d'entreprise.

### 2 Explosion de l'omnicanalité et des réseaux sociaux

Les nouveaux canaux comme Instagram, Whatsapp ou Google Business Messages accessible directement depuis Google maps sont devenus incontournable dans l'acquisition client.

### 3 Automatisation des solutions de paiement

L'augmentation des chatbots connectés aux outils de l'entreprise permet d'automatiser des services comme le paiement et la facturation.

[www.ideta.io](http://www.ideta.io)

Sources : (\*) Marketsandmarkets, CapGemini Research Institute. (\*\*) OPEN STUDIO

*Benjamin Blasco,  
cofondateur de Petit BamBou*

# PETIT BAMBOU : UNE APPLICATION QUI VOUS VEUT DU BIEN !

**Interview de Benjamin Blasco qui revient pour nous sur les origines du succès de Petit BamBou, une application qui vous veut du bien.** Avec 8,5 millions d'abonnés et une présence en six langues, l'entrepreneur nous confie ses secrets pour son bien être.



## **COMMENT EST NÉE L'ENTREPRISE PETIT BAMBOU ?**

Petit BamBou pré-existait à mon arrivée puisque Ludovic Dujardin, mon associé, avait créé en 2012 une page Facebook qui s'appelait comme cela, et qui était une page loisir. Il l'animait pour son plaisir personnel, pour parler un peu de philosophie, de sagesse, etc. Il s'agissait de partager sa motivation personnelle. Et quand, en 2014, je suis venu le voir pour lui dire « *Tiens j'ai cette idée autour d'une application, est-ce que cela te dirait ?* », nous nous sommes dit naturellement pourquoi pas utiliser ce personnage de Petit BamBou, cette petite icône un peu rigolote, qui a de nombreux fans sur Facebook, pour devenir l'icône de notre application de méditation ? Il a été convaincu et nous nous sommes lancés tous les deux. Nous sommes deux ingénieurs et à ce moment-là nous nous sommes répartis les tâches. Il s'est lui s'est occupé de la partie technique et moi un peu de tout le reste, pour essayer de monter une application qui aide chacun à prendre soin de soi, prendre soin de son équilibre. Nous nous sommes rendu compte que les vies actuelles, que nous menons tous, nous déséquilibrent à la fois mentalement, et dans le lien entre le corps et l'esprit également. Nous nous sommes quand même fait la remarque que « *C'est un peu paradoxal de créer une application alors qu'elles sont souvent à la racine de déséquilibres actuels et notamment d'addictions. Mais, en réalité, un smartphone et une application, s'ils sont bien utilisés, peuvent être de formidables outils pour aider les gens où qu'ils se trouvent et quand ils le souhaitent. Pour les aider à recultiver et retrouver un peu de sérénité par l'intermédiaire de la méditation de pleine conscience.* »

## **QUAND AVEZ-VOUS LANCÉ LE CONCEPT ACTUEL ?**

Petit BamBou c'est une application mobile de méditation que j'ai créée avec Ludovic, mon associé, en 2014. Nous avons lancé la première version de l'app en 2015. Depuis, c'est une longue et belle histoire puisque le nombre d'utilisateurs a grandi avec nous, nous a permis d'atteindre la rentabilité assez rapidement, au bout de moins d'un an, ce qui nous a permis de recruter du monde et de grandir, ce qui est assez rare pour une start-up, de manière organique, c'est-à-dire sans lever d'argent auprès de financiers. Nous sommes financés par nos clients. Aujourd'hui, Petit BamBou c'est une vingtaine de personnes qui travaillent derrière l'application. Nous sommes présents en six langues : le français évidemment, historiquement, les autres langues européennes dont l'anglais, et avec pas loin de 8 millions et demi d'utilisateurs donc une présence très importante dans plus de 15 pays. Cette idée a pris forme et elle est entrée dans le quotidien de nombreux de nos congénères. Nous sommes contents ! Nous sommes heureux, chaque jour de voir

comment nous aidons chacun à se reconnecter à son humanité, qui a toujours été là, mais disons qu'en cette période actuelle, nous oublions un peu. Par la méditation, par ces gestes qui sont juste une hygiène du quotidien, un peu à la manière dont nous faisons un footing, nous prenons soin de nous par la nutrition, le mental. En fait, cela rééquilibre beaucoup de choses.

## **EST-CE QUE LE CONCEPT A ÉVOLUÉ DEPUIS LE DÉPART ?**

Depuis le début, pas vraiment. À part la page Petit BamBou Facebook de Ludovic qui n'avait pas de business model. D'ailleurs, c'est une page mais elle possède la personnalité et l'âme de Petit BamBou. C'est un peu personne et un peu tout le monde à la fois. C'est-à-dire que Petit BamBou ce n'est pas Ludovic, ce n'est pas moi, ce n'est pas Christophe André, les experts de méditation. Chacun est un peu Petit BamBou, chacun détient cette part de sagesse et de connectivité qui sommeille en soi et qu'il s'agit de réobserver ou redécouvrir. Sinon, l'application, le modèle, même les prix, n'ont pas changé depuis 2014.

## **QUELLES ONT ÉTÉ LES GRANDES ÉTAPES DE L'ENTREPRISE JUSQU'À AUJOURD'HUI ?**

Je dirais le lancement et après, pour nous, l'accélérateur a été la presse. Assez rapidement, nous avons eu les premiers articles de presse et des passages sur l'antenne de TF1 qui nous ont vraiment emmenés dans une autre dimension. Ensuite, en 2017, c'est le lancement des premières langues. Cela nous tenait à cœur de faire un projet international, donc avec une traduction en allemand, en l'occurrence, pour la première langue. Ce n'est pas anodin puisqu'il fallait enregistrer tous les programmes, les traduire, trouver des experts de communication allemands, etc. C'est un énorme travail même si c'est difficile de s'en rendre compte. Et tout cela a été un marqueur. Ensuite, je dirais que l'année dernière a été une année un peu particulière, puisque en 2021, nous avons commencé à travailler avec Christophe André, ce qui est un peu aussi une consécration pour nous, une preuve de confiance que Christophe André a fait en reconnaissant notre projet et les qualités de ce que nous faisons. Après, effectivement, la Covid a été à la fois un moment où nous avons été très mobilisés, très demandés. Cela a été assez intense pour nous, pour pouvoir servir la demande, et en même temps, un vrai accélérateur pour notre app et notre activité au sens large.

## **DONC VOUS, DEPUIS LA COVID VOUS AVEZ ACCÉLÉRÉ ?**

Très accéléré, oui. Il y a plus de 3 millions d'utilisateurs qui nous ont rejoints en moins d'un an, donc cela a été une très forte accélération. Au plus fort du





premier confinement, en l'occurrence, nous avons triplé chaque jour le nombre d'utilisateurs que nous recrutons. C'est le signe qu'il y avait vraiment un besoin à ce moment-là de souffler et de prendre soin de soi. Depuis, il y a un très fort intérêt et une volonté de conserver ces petites choses un peu particulières que chacun a mis en place pendant le confinement, qui sont des petits ajustements qui rééquilibrent. Cela peut être des promenades ou du sport. Les gens ont plutôt envie de conserver cette intuition qu'ils ont pu avoir à ce moment-là, de se dire « *Tiens, je suis en situation d'urgence, je sens qu'il y a des trucs importants à prendre en compte et ça me semble pertinent.* »

## «Aujourd'hui, avoir une stratégie marketing éthique c'est-à-dire parler avec respect aux utilisateurs, comme à des adultes, ce n'est pas essayer de les coincer ou de les influencer mais vraiment de tenter de leur faire prendre les décisions en conscience.»

### QUELS SERAIENT VOS CONSEILS POUR ÊTRE HEUREUX ?

Je ne sais pas si j'ai des conseils, mais je peux parler de moi, de mon parcours. Peut-être que cela pourra en inspirer d'autres. Je ne pense pas que la question telle qu'elle est posée est vraiment une question à laquelle on peut répondre, mais en tout cas, ce qui est certain, c'est que je vais parler pour moi, mais Ludovic pourrait dire la même chose. J'ai travaillé dans des grands groupes américains auparavant et j'ai été champion du monde du multitâches, comme on dit. C'est-à-dire que je réalisais plein de tâches en même temps : du Skype, envoyer des emails, voyager beaucoup, etc. Je me suis rendu compte que je n'étais pas très présent pour moi. Je ne pourrais pas dire que je n'étais pas heureux mais je sentais que je n'étais pas présent dans ma vie, que j'étais un peu spectateur. Quand j'étais au travail, je pensais à mes loisirs, ma famille, mes enfants ; quand j'étais avec ma famille, je pensais à mon travail. J'étais comme un hamster dans une roue, à courir un peu

tout le temps, sans être vraiment là. Et cela avait un coût pour moi, en termes de qualité de présence et d'humanité, finalement. Quand j'ai découvert la méditation, cela m'a aidé à recentrer cela et à trouver des moyens de me reconnecter à ce que je faisais, tout simplement. Là où j'étais, ce que je ressentais, mes émotions. À moins d'être esclave de mes pensées, aussi. Voilà, cette pratique de la méditation que je continue depuis que je suis un débutant éclairé, on va dire, parce que je ne fais pas encore des retraites, etc. En tout cas, moi, cela m'a aidé sur ce chemin qui m'a accompagné à être entrepreneur. Alors après, si je prends la partie entrepreneur, puisque quelque part, la méditation a précédé et inspiré ce choix de quitter un job bien rémunéré pour monter une boîte dans un domaine improbable. C'est vrai que la question du sens s'est posée.

### LA QUÊTE DE SENS EST-ELLE FONDAMENTALE ?

À partir du moment où je me suis un peu posé, où je me suis reconnecté à mon humanité, je me suis posé la question de cette énergie que je mettais : « est-ce que vraiment je contribuais à quelque chose qui était plus grand que moi ? Et je me suis rendu compte que pas forcément. À l'époque, j'étais dans le commerce, donc ce que les gens vendent plus ou moins, finalement cela m'importe peu. Ce projet Petit BamBou m'a permis de me reconnecter à un sens qui est inspirant. Maintenant, chaque matin, je me lève en sachant pourquoi je viens travailler. Et pourquoi ? Parce que nous recevons beaucoup de messages d'amour, en fait. C'est un peu bizarre à dire, pour un entrepreneur

par rapport à des médecins, des gens des soins de dire que nous recevons ce genre de messages. Tous les jours, nous recevons des emails de gens qui nous disent à quel point la méditation les a aidés à dépasser une phase difficile, un divorce, un boulot un peu compliqué, ou juste une forme de difficulté à être pleinement bien avec soi-même. C'est ça aussi, la méditation. Et c'est vrai que pour moi, je me lève en me disant que ce que je fais contribue à cela. Cela me motive tout le temps, d'essayer d'ouvrir la méditation au plus grand nombre, et d'essayer d'aider ceux qui ont décidé de s'y mettre. Ce n'est pas facile. Je répondrais à votre question que je pense que la dimension entrepreneuriale pour moi est très épanouissante. Je parle pour moi, donc je ne sais pas si je donne des conseils, mais c'est vrai que sur ce chemin, en fait, de passer du monde corporate à l'entrepreneuriat, c'est quand même particulier. Pour être dans un monde à « impact », on va dire, cela m'a amené à désapprendre pas mal de choses. À désapprendre pas mal de réflexes de grandes entreprises...





### A QUEL RÉFLEXE PENSEZ-VOUS ?

Par exemple, je dirais que moi, je m'impliquais beaucoup. S'impliquer, c'est une qualité particulière. Aujourd'hui, j'ai appris à lâcher prise. Par exemple, cet entretien que nous avons ensemble, je ne l'ai pas préparé. Je l'aurais probablement fait dans mon ancien temps alors que « *J'ai juste à être, en fait.* ». Il suffit d'être naturel, de répondre aux questions. C'est peut-être que dans le monde d'avant, je me reposais beaucoup sur mes connaissances, ce que j'avais appris, etc. C'est vrai que cette phase de vie dans laquelle je suis, l'entrepreneuriat, m'a appris à être plus basé sur mon expérience et de m'en servir pour avancer, davantage que sur mes connaissances.

Un autre sujet essentiel de désapprentissage, qui est compliqué, c'est la compétition. C'est vrai que le système scolaire, et l'entreprise, au final, demeure un lieu de compétition. Et c'est vrai qu'aujourd'hui nous essayons de désapprendre cette partie-là qui est à la fois motivante, mais aussi qui contribue à amener des choses qui ne sont pas forcément belles dans le monde des affaires. Aujourd'hui, je prends beaucoup de plaisir à collaborer avec des sociétés qui sont dans le domaine du lien pour, ensemble, essayer d'aller plus loin pour aider chacun à prendre soin de soi. Les entreprises ont leur place et je n'ai pas besoin d'utiliser ce vocabulaire guerrier : de tuer, de battre, d'écraser, ou je ne sais quoi, ce qui me semble assez nocif, assez agressif pour soi. Quand nous l'utilisons, nous nous faisons aussi un peu de mal. Donc c'est des choses que j'ai appris à désapprendre. J'ai appris à beaucoup plus écouter mon corps aussi, parce que je l'ai beaucoup utilisé dans le passé, sollicité, pour mon travail : beaucoup voyager, peu dormir, etc. C'est vrai qu'aujourd'hui, j'écoute plus mon corps et je pense que je suis plus en harmonie avec lui. J'ai plein d'idées, de choses que j'ai désapprises. Je faisais beaucoup de stratégies dans le passé, là je suis vraiment très concentré sur l'exécution.

### AVEZ-VOUS DÉAPPRISS AUTRE CHOSE ?

J'ai désappris à vouloir remplir d'occupations mon temps, apprendre à m'ennuyer aussi même dans les phases professionnelles. Il y a des moments, des espaces de temps où je peux un peu m'ennuyer. Cela m'aide à m'ouvrir sur des choses nouvelles, des idées. Je ne vais pas remplir mon emploi du temps plus que nécessaire... Vous savez, comme dans beaucoup d'entreprises, les gens ont un emploi du temps où ils ont chaque demi-heure un meeting. J'en fais très peu dans ma semaine. Après, c'est une semaine de rentrée donc ce n'est pas le bon exemple, puisque j'en ai un peu plus que d'habitude. Ces plages de temps, c'est très vertueux pour moi. Vous savez, c'est un petit peu les réflexes que nous avons qu'il s'agit de désapprendre. Je pense que ce que j'ai

désappris, si je devais synthétiser, c'est qu'avant, j'étais beaucoup dans le « faire ». Et maintenant, je suis plus dans « l'être ». Avant, je me disais qu'il fallait que je pense « carrière » et maintenant, je suis plus un acteur, un contributeur, modeste, à rendre le monde avec plus de sens, plus beau, plus équilibré. Ce n'est pas la même chose, en fait.

### LE PLAISIR DE VOS SALARIÉS ET GLOBALEMENT DE TOUT VOTRE ÉCOSYSTÈME A L'AIR IMPORTANT POUR VOUS ? EST-CE QUE VOUS METTEZ DES CHOSSES PARTICULIÈRES EN PLACE ?

C'est vrai que je ressens beaucoup de plaisir à retrouver mes collègues. Nous avons constitué une équipe avec de belles personnes. Ce ne sont pas seulement des gens qui ont des compétences pointues, etc. ce sont de belles personnes que nous prenons plaisir à retrouver. Et c'est pour cela que nous nous donnons des espaces aussi pour profiter les uns des autres. Nous passons beaucoup de temps sur le lieu de travail et nous sommes liés par un projet qui nous nourrit et nous épanouit. C'est important de le partager donc, nous essayons de nous retrouver tous régulièrement. Par exemple, il y a deux ans, nous sommes partis tous ensemble au Portugal, pour une semaine de télétravail. Nous avons un espace de coworking et nous avons pris un grand Airbnb. Nous logions tous au même endroit. Nous travaillions ensemble depuis Lisbonne et le soir, nous sortions. Ce sont des moments qui contribuent à cette nouvelle tendance que nous appelons « workation » où nous travaillons et en même temps nous avons comme des « vacances ». Et c'est ce que nous essayons de faire au quotidien c'est-à-dire que dans notre bureau à Lille, les gens profitent : certains méditent, d'autres font des jeux-vidéos. Cette part de pause, cette part de non-travail productif est fondamentale, je pense, pour inspirer les tâches et les actions des uns des autres. Cela s'applique à nos salariés mais aussi aux personnes qui participent aux projets. Nous travaillons avec beaucoup d'instructeurs de méditation en France et partout en Europe, qui sont une communauté, en fait c'est un collectif, qui sont des amis d'ailleurs. Ils nous ont accompagnés depuis le début, ils ont une partie de l'app en concevant des programmes de méditation souvent basés sur des choses assez personnelles, pour aider chacun à méditer. Et nous essayons de garder un lien avec eux, c'est-à-dire qu'ils ne sont pas employés dans l'entreprise mais ils sont acteurs du succès. Nous les retrouvons de temps en temps, nous les avons retrouvés à Paris lors d'une super fête. Même avec ceux qui sont plus loin, les Hollandais, etc., nous nous tenons au courant comme une grande famille. Il n'y a pas une frontière très nette entre l'intérieur de



**2014**

date de création

**8.5**

millions d'abonnés

**20**

salariés

l'entreprise et l'extérieur. Je trouve que c'est important de rattacher tout le monde, quand nous recevons un message qui dit : « *Dis donc, ce programme d'untel, il était vraiment formidable, faites-lui passer le message.* ». Alors nous faisons passer le message, et c'est vrai que cela touche parce que cela permet à chacun de se sentir acteur et contributeur du succès de Petit BamBou.

### **ET EST-CE QUE TOUTES CES VALEURS – ENFIN, PARCE QUE C'EST UN PEU CONNEXE – VOUS LES AVEZ FORMALISÉES ? OU EST-CE QUE C'EST DIFFUS ?**

C'est un peu diffus. Comme c'est très intuitif, la façon dont nous allons créer, c'est vrai que cela vient à la fois de Ludovic ou moi, mais aussi des employés qui ont tous contribué à créer cet univers. Nous essayons d'intégrer nos employés notamment, et puis de pouvoir communiquer, pour être sûrs que tout cela reste assez bien aligné pour ne pas qu'il y ait de déconnexion avec l'esprit de l'entreprise, parce qu'à un moment, nous pouvons très bien faire des choix qui seraient vraiment orthogonaux par rapport à qui nous sommes. Nous avons typiquement tout formalisé par une charte éditoriale, par exemple, comment nous parlons de Petit BamBou. Nous nous sommes posé des questions sur notre ADN de marque et de valeurs. Nous sommes actuellement dans une période, effectivement, de réalignement. Ce sont des petites choses mais ce sont des choses qui sont importantes, surtout lorsque nous nous retrouvons dans d'autres pays, dans d'autres langues. Je n'ai pas parlé de la population même si j'ai parlé des employés, des contributeurs, etc. Mais il y a aussi nos utilisateurs qui font partie de notre grande famille, qui sont au cœur de notre succès, puisque Petit BamBou s'est beaucoup développé par le bouche à oreille. Donc, c'est vrai que les choyer, leur parler avec transparence et humanité demeurent essentiels. Je pense que c'est vrai parce qu'ils le sentent, que nous sommes des vrais humains derrière et du coup, qu'ils ont d'autant plus envie de parler de nous en bien. Certains peuvent arrêter Petit BamBou à un certain moment puis potentiellement y revenir deux ans plus tard. C'est comme un ami que nous sommes contents de retrouver. Nous avons construit une relation importante avec eux. Je pense que cela respire – ce n'est pas une très belle expression - mais cela percole un peu partout.

### **COMME VOUS AVIEZ TOUS LES DEUX UN PROFIL D'INGÉNIEUR AVEC VOTRE ASSOCIÉ, VOUS VOUS ÊTES RÉPARTIS COMMENT LES TÂCHES, LES RÔLES ?**

C'est un peu naturellement, puisqu'au début, c'est vrai qu'il y avait beaucoup de choses à développer : application, serveur, etc. C'est Ludovic qui s'est occupé de cela et moi, je m'occupais un peu de la partie « contenu ». C'est moi qui étais le plus méditant au départ et donc j'ai vraiment travaillé comme une forme d'éditeur : travailler avec des instructeurs de méditation, les faire rédiger, les aider à rédiger, à contribuer... Puis progressivement, la partie plus business, marketing, de rendre Petit BamBou en entreprise. Ludovic garde cette âme, un petit peu, cet ADN initial de Petit BamBou. Je trouve que c'est assez fort de se dire que ni l'un ni l'autre nous sommes complètement l'archétype du « business guy », du technicien qui ne touche pas au reste. En fait, nous avons un système d'équipe et je pense que c'est cette amitié et cette complémentarité qui explique une partie de la cohérence de ce qu'est Petit BamBou et son succès, aussi.

### **EST-CE QUE VOUS AVEZ DÉLÉGUÉ CERTAINES TÂCHES QUE VOUS N'AIMIEZ PAS ?**

Alors ça, c'est une vraie question parce que nous en avons délégué et nous en avons gardé plein. Ce n'est pas que nous n'aimons pas mais typiquement – Ludovic peut-être un peu plus que moi encore aujourd'hui – nous faisons encore beaucoup de service client. Nous répondons aux emails des clients. Il y a plein de gens qui trouvent cela horrible mais pour nous c'est un moyen de rester connectés à nos utilisateurs et à la mission d'entreprise. Donc oui, par jour, je dois passer encore une demi-heure, une heure, à répondre à nos utilisateurs et effectivement j'aurais pu déléguer. Nous avons un département qui répond à la plus grande masse de ces messages, mais c'est important pour nous de garder ce rendez-vous-là. Je pense que cela fait partie d'ailleurs, des chantiers de cette année, d'essayer de reprendre un petit peu de temps avec l'opérationnel, essayer de déléguer plus de tâches, recruter plus de monde pour nous aider et de fait vous aider à aller peut-être plus loin, ou en tout cas être encore plus alignés avec ce que nous faisons. Parce que nous constatons que vu le nombre d'utilisateurs pour un peu moins de 20 personnes c'est très limite. Je garde quand



même toute la partie financière, légale, alors que cela n'est pas non plus mon dada principal. Donc non nous n'avons pas beaucoup délégué. C'est un élément clé même si cela va peut-être au détriment de notre croissance, mais après tout, on peut se questionner parfois sur cette sacro-sainte idéologie de la croissance à tout prix. Je pense que c'est plus important pour nous de faire grandir ce projet plutôt que de le faire accélérer en l'abîmant.

### QUELS VONT ÊTRE VOS GRANDS DÉFIS À VENIR ?

Le grand défi à venir reste l'international. Nous avons un gros succès en Espagne. Petit BamBou se développe bien, il est très apprécié là-bas. Nous avons un acteur espagnol qui parlait spontanément de nous sur Instagram. Nous sommes en train de voir ce développement-là.

Après, nous le retrouvons dans d'autres pays maintenant : en Italie, dans les Pays-Bas, en Allemagne, dans les pays

**« En fait, nous avons un système d'équipe et je pense que c'est cette amitié et cette complémentarité qui explique une partie de la cohérence de ce qu'est Petit BamBou et son succès, aussi. »**

anglophones aussi. Nous essayons de nous développer de façon plutôt multi-locale plutôt que globale. Nous recrutons des gens natifs du pays pour nous aider à nous développer et à essayer de créer un lien avec les utilisateurs, avec les partenaires locaux pour être quasi-local. Cela prend du temps et je pense que c'est un challenge que de réussir à nous étendre et à développer ce projet avec sens.

### EST-CE QUE VOUS AVEZ DES ASTUCES POUR MIEUX MAÎTRISER VOTRE TEMPS PERSONNEL OU GÉRER LE STRESS ?

La gestion du temps, c'est une bonne question. Encore une fois je vais vous parler en ce qui me concerne de manière personnelle. Étant passé, dans mes études, par une prépa notamment où quelque part nous apprenons à

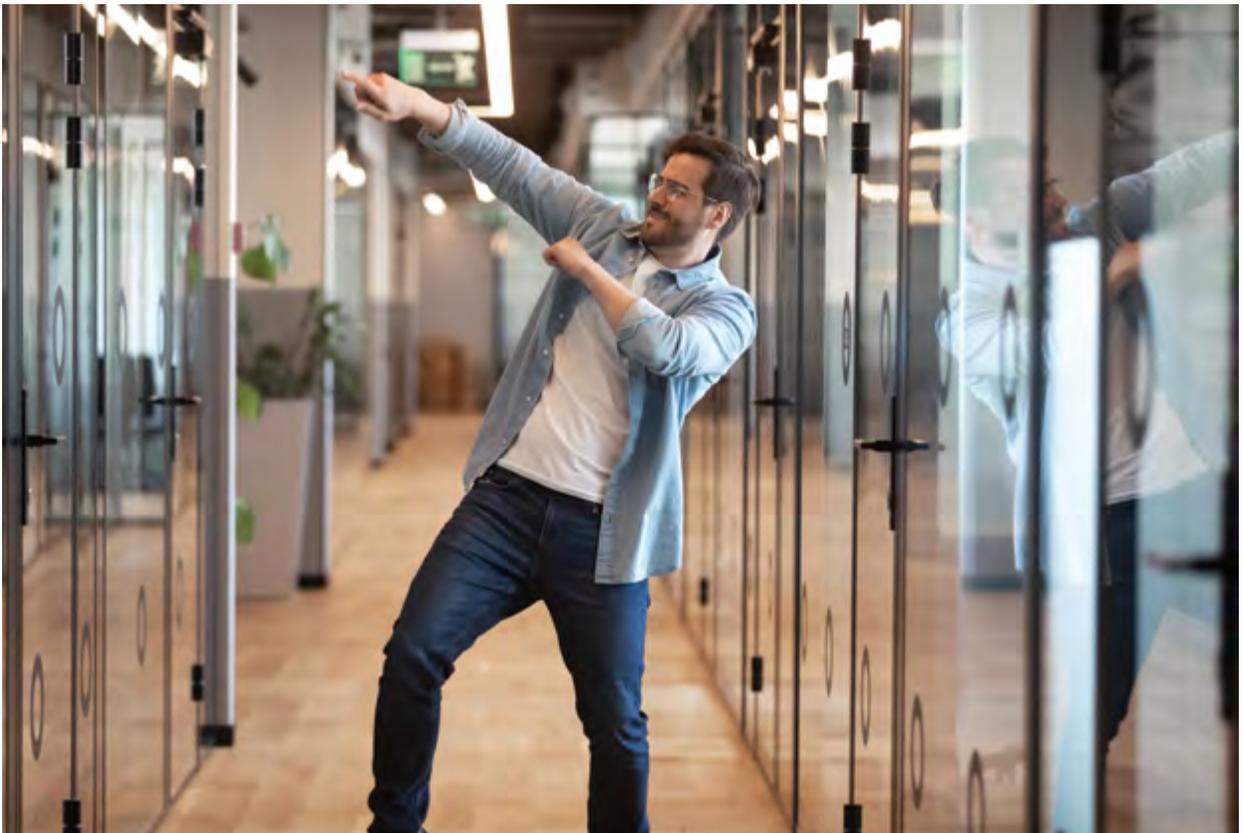
la dure à gérer notre temps, j'ai de très bonnes bases nous allons dire, pour le gérer. Cela étant dit, j'ai du temps... Avec la responsabilité augmentant, nous avons toujours envie de faire plus de choses. Il faut surtout ne pas voir le temps comme une contrainte, comme un frein, toujours en travers et plutôt danser avec. Il arrive parfois, au plus fort, à un moment d'intensité, où toutes les tâches semblent s'entasser d'avoir le sentiment d'être submergé. Il s'agit alors de ne rien faire. C'est un bon exercice, plutôt que de vouloir tout faire, je vais me poser une demi-heure. Souvent, ce qui se passe c'est que, dans l'immédiat cela fait vraiment du bien, ensuite je reviens l'esprit un peu plus clair. Assez naturellement nous prenons une tâche et nous décalons les autres. Nous sommes davantage en paix comme cela. En tout cas pour moi, c'est l'effet que cela me procure. Si je pouvais résumer, c'est que quand tout semble impossible, il suffit de ralentir, même quand tout nous indique qu'il faut encore plus accélérer. C'est un avis personnel, c'est une hygiène de vie assez complète de mon équilibre personnel. Alors, oui, le matin je prends le petit-déjeuner avec mes enfants et le soir je mange avec eux et il n'y a pas de frustration par rapport à un travail qui me dévorerait.

### EST-CE QU'IL Y A UN POINT QUE JE N'AI PAS ABORDÉ QUE VOUS SOUHAITERIEZ ABORDER ?

Nous avons parlé un peu des écrans, nous avons parlé de la quête de sens, de la croissance... Ce dont je voudrais parler c'est un sujet qui fait partie des apprentissages. Il faut expliquer ce qu'est Petit BamBou à nos utilisateurs, aux gens qui ne connaissent pas, et en même temps, nous n'avons pas envie de faire de la propagande, du bourrage de crâne, etc.

Aujourd'hui, avoir une stratégie marketing éthique c'est-à-dire parler avec respect aux utilisateurs, comme à des adultes, ce n'est pas essayer de les coincer ou de les influencer mais vraiment de tenter de leur faire prendre les décisions en conscience. Le respect c'est aussi sur les données qu'ils peuvent nous confier. Voilà, toutes ces choses-là, c'est un exercice difficile mais cela nous permet de résister un petit peu aux injonctions que nous recevons, comme ces conseils, justement. En fait, j'ai envie de dire, le bon conseil c'est de ne pas suivre les conseils. C'est cela, mon conseil ultime. Et nous c'est ce que nous essayons de faire, de pas forcément rentrer dans des cases, de proposer un nouveau modèle de développement économique, un modèle d'épanouissement d'entreprise qui nous correspond à nous et qui est aligné avec notre vision du futur. Un futur souriant, une vision plus sereine. ●

# ÊTRE UN ENTREPRENEUR HEUREUX EN 2022



**Être un entrepreneur heureux, c'est avant tout être un humain heureux qui s'épanouit dans ce qu'il réalise.**

Beaucoup confondent réussite dans les affaires avec le bonheur. Or, faire toujours plus de chiffre d'affaires ne vous rendra pas heureux même si cela peut être une source de satisfaction.





## INTÉGRER QUE VOUS PARTEZ À L'AVEVENTURE

Ce n'est pas pour rien que l'on parle d'aventure entrepreneuriale. Ce n'est pas parce que vous êtes entrepreneur que vous serez immunisé contre les maladies ou encore que vous échapperez à la mort. Entreprendre, c'est avant tout admettre que vous vous lancez dans l'inconnu et que vous sortirez très certainement de la routine classique d'un salarié. Cela implique que vous vivrez des moments de joies mais également certains moments plus difficiles. Pour bien vivre en tant qu'entrepreneur, vous devez être conscient que vous allez être confronté à vos limites mais que vous allez aussi découvrir un potentiel que vous ignorez dans bien des domaines.

## CHANGER VOTRE CONCEPTION DE LA DIFFICULTÉ/DE L'ÉCHEC

Pour vivre à fond cette aventure de manière heureuse, vous devez profondément intégrer qu'il n'y a pas d'échec dans l'entrepreneuriat mais des expériences à vivre. Bien entendu, vous aurez des défaites et victoires. Chacune de vos expériences vous permettra de voir ce qui fonctionne et ce qui ne marche pas. Un des réflexes à avoir reste de considérer les difficultés ou échecs comme des épreuves qui vous permettent de progresser. Certaines difficultés vous permettront même de dépasser vos limites, ce qui est le cas quand, face au mur, l'entrepreneur décide de changer de business model pour se diriger vers la réussite plutôt que de se lamenter.

## COMPRENDRE QUE VOUS N'ÊTES PAS SEUL

L'entrepreneuriat n'est pas une aventure qui se vit seul. Que l'on parle de vos associés, votre famille, vos collaborateurs, vos fournisseurs, vos clients, vos amis ou encore vos prestataires, vous entraînez probablement toute une équipe dans votre aventure et nombreuses personnes qui pourront la

partager avec vous. Même si vous êtes souvent seul à effectuer certaines tâches et que vous pourrez parfois ne vous appuyer que sur vous-même, vous interagissez avec tout un monde. Si vous souhaitez aller plus avant, il vous suffit de vous rapprocher de l'écosystème entrepreneurial qui pourrait vous permettre de rencontrer vos pairs.

## DONNER UNE MISSION À VOTRE ENTREPRISE

Il est des métiers qui, de par leur réalité, ont du sens. Les personnes au service de la santé, de l'éducation, de l'environnement, par exemple, ont de manière inhérente du sens puisqu'elles contribuent au développement de la société et de son bien-être. Entreprendre consiste à donner une mission à votre entreprise qui va au-delà de la simple réalisation de chiffre d'affaires.

Bien entendu, vous aurez du mal à le faire si votre entreprise a pour business les jeux de loterie ou encore si vous vendez des armes ou que vous évoluez dans un secteur polluant. Mais, c'est vous qui allez déterminer le projet que vous souhaitez développer même si souvent l'idée provient d'une opportunité que vous avez détectée.

Pour comprendre la mission de votre entreprise ou au moins donner un peu de son sens à sa mission, vous devez vous focaliser sur les raisons qui font que des personnes vont acheter votre service/produit. Ne vous attardez pas à la fonctionnalité mais plutôt à ce qu'elle apporte. Pour ne prendre qu'un exemple, Blablacar ne se contente pas d'organiser des trajets à bas coût mais permet de réunir des familles qui ne pourraient pas se le permettre sans ce service. Pour donner du sens, vous l'avez compris, il faut en créer ou le mettre en avant. Vous devez donc être dans le dialogue avec vos collaborateurs et échanger avec eux afin de partager la mission de l'entreprise et faire en sorte de recruter ceux qui y adhèrent et désirent atteindre cet objectif.





## ÊTRE EN ACCORD AVEC VOS VALEURS

Si vous souhaitez être heureux en tant qu'entrepreneur, vous ne pouvez faire l'impasse sur le fait d'inscrire vos valeurs, noir sur blanc ou au moins de les respecter dans chacune de vos décisions. Les entrepreneurs n'ont guère tous le même profil et vouloir tous les placer dans le même panier, comme le font de nombreux articles, est contraire à tout bon sens. Comme les valeurs sont personnelles, il serait hors de propos de vous donner un modèle que vous allez suivre à la lettre. Il faut dire que l'entrepreneuriat reste une histoire de diversité de profils et d'aspirations. Certains choisissent d'évoluer dans un secteur qui est lié à leurs compétences et diplômes, d'autres reprennent l'entreprise de la famille alors que certains choisissent un secteur qu'il trouve porteur. Les raisons d'entreprendre sont tout aussi variées puisque certains le deviennent parce qu'ils ont des difficultés à retrouver un emploi alors que d'autres décident à la fin de leur carrière de se servir de leur expérience pour créer l'entreprise dont ils ont longtemps rêvé... Et la liste est loin d'être exhaustive. Pourtant, quelle que soit votre entreprise, elle ne doit pas mener des actions à l'encontre de vos valeurs. Autrement, vous allez vite entrer en contradiction avec vous-même et vous risquez de déprimer rapidement. L'avidité de toujours vouloir gagner toujours plus ou tout simplement l'arrogance de vouloir être en haut de l'affiche ne vous rendra pas éternellement heureux. Vous devez donc vous poser des questions comme : Quelles sont mes valeurs ? Une fois définies, notez que toute décision de votre entreprise doit être en adéquation avec elles. Vous pourrez demander à vos salariés de faire de même pour savoir si les décisions qu'ils prennent sont conformes à la mission de l'entreprise.

## FAIRE CE DONT VOUS AVEZ ENVIE !

Même si au moment de la création, vous aurez probablement du mal à recruter et donc à déléguer des tâches, être entrepreneur c'est, dans l'avenir, choisir ce que vous allez faire ou ne pas faire. Au début vous allez toucher à tout sauf si vous avez décidé de partir dans l'aventure avec des associés. Dans ce cas, choisissez les tâches que vous affectionnez particulièrement et pas forcément celles qui relèvent de vos compétences antérieures. Par la suite, vous aurez l'opportunité de déléguer des tâches. Pas de doute : pour être heureux, vous

devez commencer par celles que vous détestez sauf si elles vous apportent un véritable plus. Cette délégation n'intervient pas forcément de la même manière dans tous les cas. Elle peut revêtir plusieurs aspects selon que vous ayez une entreprise qui n'a que peu de salariés ou une entreprise qui a de nombreux employés. Déléguer peut tout simplement passer par le fait de faire appel à des free-lance ou des autoentrepreneurs sur des tâches que vous ne souhaitez pas exécuter vous-même. La plus grande difficulté restera alors de maîtriser votre budget pour faire au maximum ce qui vous plaît. Attention tout de même car plus vous attendrez, plus vous aurez du mal à déléguer des tâches car vous aurez l'habitude d'en réaliser certaines comme vous aimez le faire. Vous pouvez vite tomber dans le travers de penser que *« personne ne fait mieux que vous »*. Prenez en compte que déléguer ne veut pas dire que vous allez trouver votre clone mais que celui-ci puisse faire avec ses méthodes, son caractère pour obtenir le même résultat que vous, voire dans l'idéal un meilleur que vous qui êtes souvent sur tous les fronts. Déléguer c'est avant tout observer et bien détecter certes les compétences mais aussi le potentiel et la personnalité de la personne qui va prendre en charge et la laisser agir sans exercer une surveillance qui n'aura pour résultat que l'échec de la délégation.

## AUTOMATISER CE QUI EST REDONDANT/VOUS ENNUIE

Pour être heureux, pas de doute ! Il faut rapidement identifier ce qui vous ennueie et le plus rapidement possible automatiser ces tâches. Certes, cela constitue parfois une perte de temps temporaire mais sur le long terme, vous allez gagner énormément de temps et surtout être heureux de ne plus faire ces tâches. Vous ne pourrez pas échapper à toutes les tâches redondantes et que vous n'aimez pas (ni vous ni vos collaborateurs). Mettre en place le plus rapidement possible des systèmes qui font à votre place celles chronophages et sans valeur ajoutée représente d'ailleurs presque une bonne pratique. Vous gagnerez du temps et vous pourrez vous consacrer à ce qui amène de la valeur à l'entreprise ou à ce qui vous plaît. Il vous faudra, certes, parfois investir pour réaliser cette automatisation ou prendre le temps de vous former pour savoir utiliser un logiciel. Vous ne le regretterez pas alors faites-le. ●

# LA SURVEILLANCE EN ENTREPRISE

**Le fait de contrôler et de vérifier ce que font les employés ne date pas d'hier.** Il existe même certaines fonctions dans les entreprises qui portent le nom de « surveillants ».

Cette pratique dépend cependant de la personnalité et de la conception du manager. Il existe des responsables pour qui la surveillance est inhérente à leur personnalité et qui ont besoin d'exercer un pouvoir à travers la surveillance. Mais force est de constater que la surveillance reste le contraire de la confiance.

**D**ans des secteurs où la vie des personnes est en jeu comme celui de la santé, l'entreprise se doit de contrôler au maximum le travail de chacun. Il faut bien constater qu'une erreur pourrait être fatale et que la vigilance demeure nécessaire. Mais dans la majorité des cas, elle ne reste pas nécessaire et la surveillance a parfois tendance à se transformer en une sorte d'espionnage. Si jusqu'à présent, le travail était réalisé au sein des entreprises et donc sous le regard du manager et des équipes, le télétravail a changé la donne. Les vieux démons ont parfois fait leur apparition avec une tendance à abuser des méthodes de contrôle.

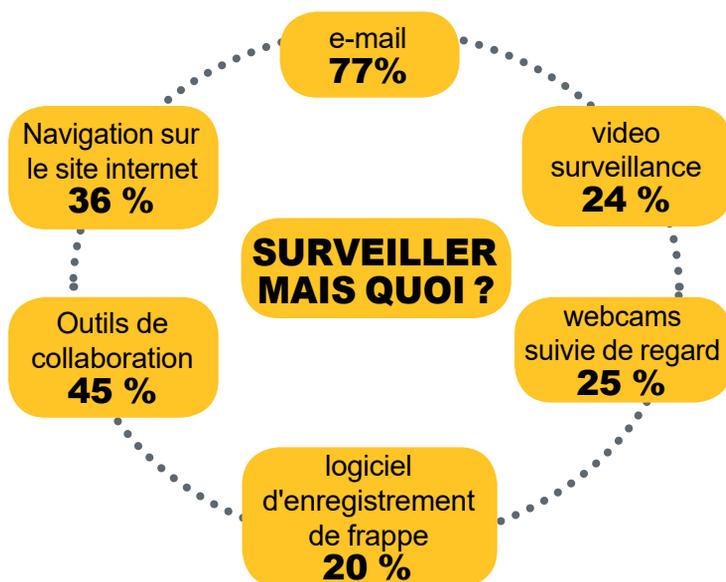
## UNE SURVEILLANCE ACCRUE DEPUIS LA PANDÉMIE

Ainsi, d'après l'étude Vanson Bourne pour VMware, « The Virtual Floorplan: New Rules for a New Era of Work », la surveillance est plus présente qu'on ne l'imagine puisque 63 % des entreprises françaises de plus de 500 salariés « prévoient ou ont même déjà adopté des outils de surveillances afin de contrôler l'activité et la productivité de leurs employés à distance ». Cependant, cette attitude est loin d'être généralisée puisque 71 % déclarent qu'elles ont trouvé d'autres moyens, moins intrusifs, de superviser leurs équipes. A noter que 76 % des salariés français reconnaissent que le passage au télétravail a poussé leurs employeurs à mettre davantage l'accent sur leurs performances.

## COMMENT LES ENTREPRISES SURVEILLENT LEURS SALARIÉS ?

Dans les techniques de surveillance plébiscitées par les entreprises :

- l'utilisation de logiciels de surveillance des e-mails (37 %),
- la navigation sur Internet (36 %)
- des outils de collaboration (45 %).
- les systèmes de vidéosurveillance (24 %),
- les webcams qui suivent le regard (25 %)
- les logiciels d'enregistrement de frappes au clavier (20 %).





### **EST-CE LÉGAL DE SURVEILLER LES SALARIÉS ?**

En France, l'employeur peut contrôler et surveiller l'activité des salariés pendant leur temps de travail. Il doit respecter leurs droits fondamentaux, leurs libertés individuelles mais aussi leur vie privée. A noter que l'employé doit être informé au préalable et qu'aucune information personnelle ne peut être collectée. Mais cette pratique peut parfaitement être sanctionnée comme nous le montre une filiale

française d'Ikea qui vient d'être condamnée à un million d'euros d'amende par le tribunal de Versailles pour avoir espionné ses salariés, dont des syndicalistes. Jean-Louis Baillot, PDG de 1996 à 2002, a par ailleurs écopé de deux ans de prison avec sursis et de 50 000 euros d'amende. Si l'affaire, qui relève du pénal, a attesté d'un espionnage massif et illégal, l'employeur peut néanmoins surveiller ses salariés durant leur temps de travail, mais avec des limites. ●

# INUTILE D'ÊTRE DERRIÈRE VOS SALARIÉS

**Surveiller les salariés (en télétravail ou non) demeure loin d'être la meilleure attitude pour vous ou votre salarié.** Cette manière de manager est loin d'être propice à développer la confiance mais demeure également chronophage pour vous. Pire, elle entraîne des conséquences délétères sur la productivité et l'ambiance puisque personne n'aime avoir quelqu'un derrière son dos qui surveille chacun de ses mouvements.

**P**armi les pratiques qui scandalisent depuis la mise en place du télétravail, l'implantation de technologies qui permettent de garder un œil sur les employés à tout moment est loin de faire l'unanimité. Ainsi, le partage d'écran obligatoire, la surveillance des pages web visitées et des clics par minute ou encore l'activation des webcams tout au long de la journée de travail sont devenus des pratiques courantes dans certaines entreprises. Si certains évoquent un temps d'adaptation et une volonté de maintenir la productivité ou d'aider en cas de difficultés, force est de constater que cette surveillance se révèle parfois trop accrue.

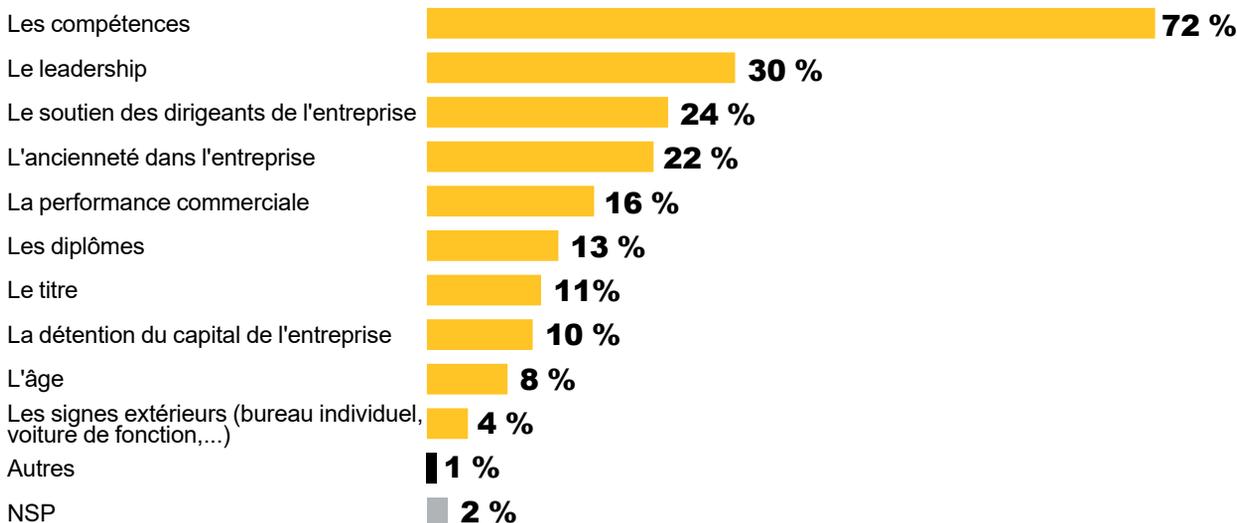
## LA SURVEILLANCE, UN MAUVAIS CHOIX POUR LA PRODUCTIVITÉ

Différentes études montrent que la surveillance change le comportement des individus qui se sentent observés. S'ils

semblent comme plus concentrés par exemple en évitant les réseaux sociaux, les études indiquent que la propension à commettre des erreurs se retrouvent également multipliée. En effet, la tendance à se placer du point de vue de l'observateur et non à se concentrer sur le travail à effectuer perturbe la productivité et nuit à la concentration. La peur de faire une erreur que l'on ne peut pas corriger et la volonté d'exécuter parfaitement une tâche interfère sur sa bonne réalisation. Si ces effets ne sont, bien entendu, pas voulus par l'employeur qui cherche parfois simplement à aider, la surveillance peut devenir très rapidement contreproductive et surtout nuire à la confiance des employés.

Une étude d'opinionway pour Dropbox montre que l'autorité ne prend du sens qu'au travers du lien entre les compétences et la relation avec les dirigeants de l'entreprise qui passe bien évidemment par le leadership.

## Les fondements de la légitimité de l'autorité en entreprise





### UN REVERS DE LA MÉDAILLE : UN TURN-OVER EXPONENTIEL

Si 53 % des employés acceptent que leur organisation ait développé ces solutions, 33 % d'entre eux ne savent pas si leur entreprise a mis en place ces systèmes sur leurs appareils. Il est à noter que les entreprises qui utilisent des outils très intrusifs sont aussi celles qui comptent le plus de démissions avec 45 % pour celles aux outils intrusifs et 48 % celles avec trop d'outils de surveillance.

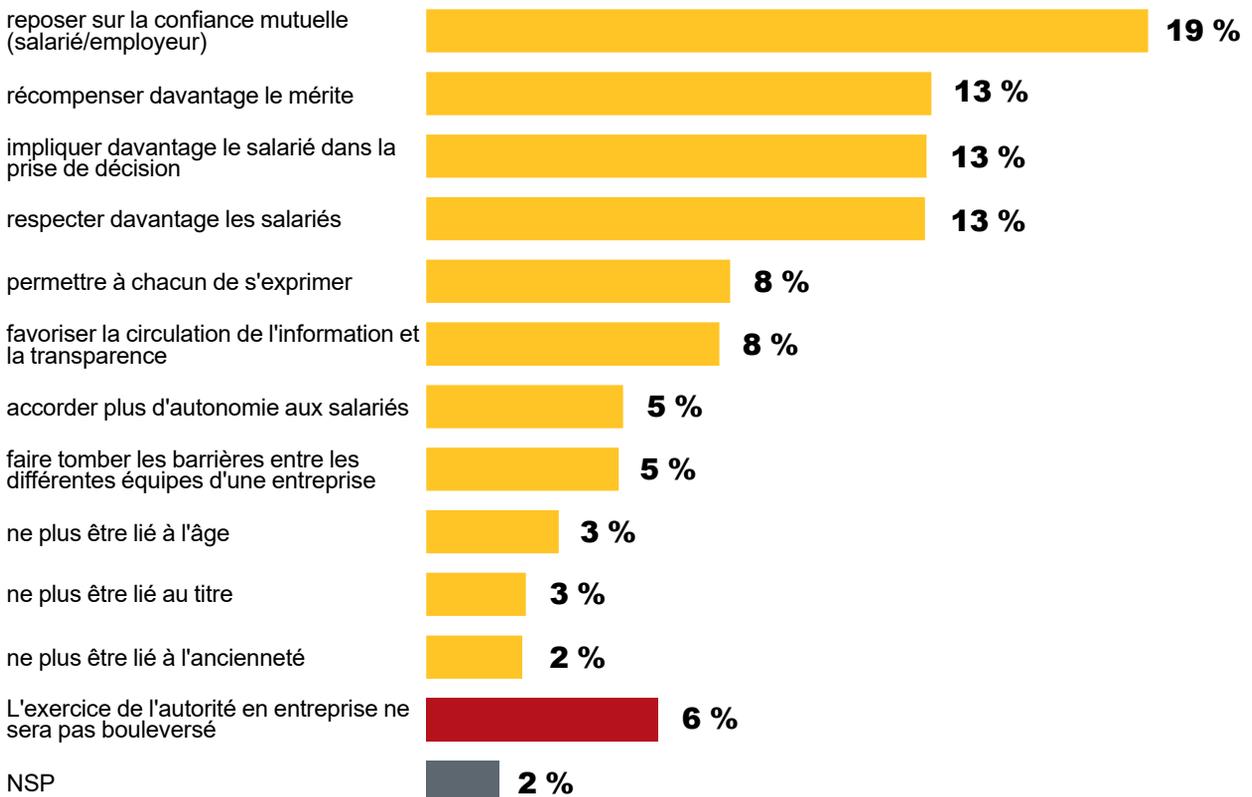
« En manquant de transparence et en mesurant leur productivité de façon aléatoire et uniquement à l'aide de chiffres, les employeurs peuvent rapidement miner la confiance de leurs salariés, et risquent de voir leurs meilleurs talents partir, alors que nous sommes dans un marché extrêmement complexe et compétitif », expliquent les auteurs de l'étude.

### RESPONSABILISER CHAQUE INDIVIDU

Il faut bien se rappeler que chaque employé a l'habitude dans sa vie personnelle de prendre des décisions, d'organiser sa vie et qu'il a

donc cette capacité à se responsabiliser de manière évidente. Mettre au cœur de la relation leur sens des responsabilités représente avant tout une manière de reconnaître leur motivation et leur capacité à s'autogérer. Les employeurs surveillent souvent leur personnel, car ils s'inquiètent du relâchement des employés. La surveillance apparaît comme une stratégie pour éviter que cela ne se produise. Il existe cependant bien d'autres stratégies pour maintenir l'engagement et la motivation des équipes. En particulier, celle de fixer des objectifs avec un employé et suivre les progrès réalisés et l'atteinte de ceux-ci. Cela demande, certes, de la part du manager une excellente connaissance du travail et des missions, des tâches à effectuer par l'employé mais évite fondamentalement de créer un rapport négatif entre les deux individus. Le sondage Opinionway pour Dropbox sur l'autorité en entreprise permet de dresser un tableau de la vision des salariés sur le sens donné à l'autorité.

## L'avenir de l'autorité en entreprise



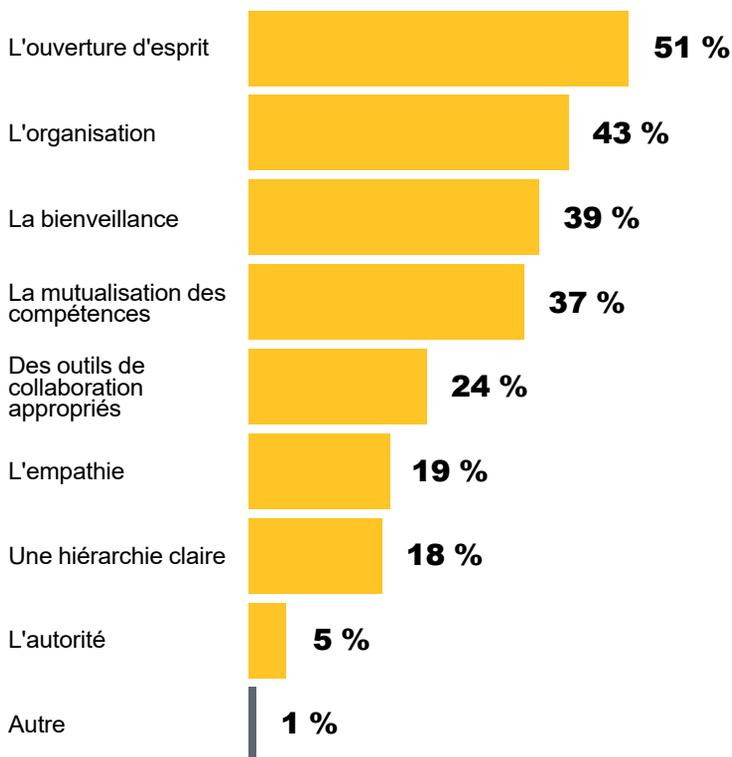


### METTRE DES INDICATEURS EN PLACE

Les résultats de nombreuses enquêtes montrent qu'il reste délicat de trouver le bon équilibre entre l'évaluation des performances d'un salarié, si ce n'est à se baser sur la seule présence. D'ailleurs le critère du temps passé au bureau n'est guère synonyme aujourd'hui de performance puisque ce sont les trois quarts (76 %) des salariés interrogés qui déclarent que les employeurs ne se basent plus sur le temps passé au bureau mais bien sur la performance. Dans ce cadre, ce n'est pas moins de 71 % des entreprises françaises qui ont dû trouver « *une nouvelle façon de mesurer la productivité de leur personnel* ».

Pour la mise en place d'indicateurs, la pratique reste de réaliser des « *points réguliers avec les managers afin de discuter des charges de travail* » pour 55 % d'entre elles même si évidemment « *l'évaluation de leur production et des livrables attendus* » demeure un impondérable (51 %). Si vous souhaitez le faire à grande échelle ou que vous fonctionnez en mode projet, vous pouvez également le faire via l'utilisation de logiciels de gestion de projet, ce que font d'ailleurs 37 % des entreprises interrogées.

### Les éléments les plus importants pour collaborer efficacement





### L'IMPACT DES MODÈLES HYBRIDES

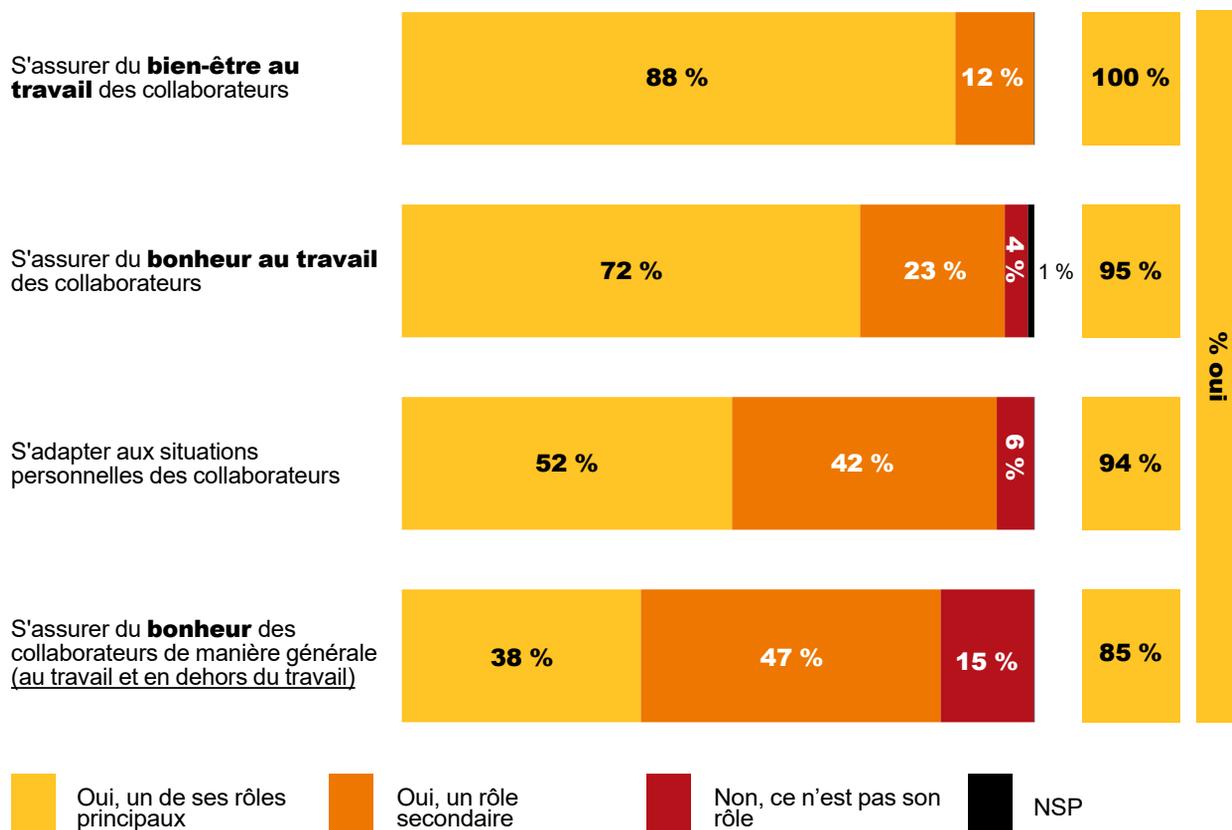
A noter que globalement, les salariés demeurent compréhensifs (6 employés français sur 10 - 53 %) sur la mise en place de ces nouveaux indicateurs qui permettent de suivre et quantifier la productivité notamment du fait de la migration vers un modèle hybride de présence. A noter qu'un tiers (33 %) d'entre eux ignorent si ces méthodes existent au sein de leur organisation et s'il existe effectivement des systèmes de surveillance sur leurs appareils dans ce but.

A la suite de l'enquête VMware, Inc. (NYSE : VMW), leader de l'innovation en matière de logiciels d'entreprise, Shanker Iyer, vice-président sénior et directeur général, End-User Computing, VMware déclare : « Globalement, nous assistons à une transition définitive vers des modèles hybrides qui ne nécessitent pas que les travailleurs soient constamment au bureau. Compte tenu de ce changement, leurs employeurs devraient agir avec prudence lors

du remplacement du présentéisme par des outils de supervision. Supervision et performances sont deux notions totalement différentes » ... « Les environnements numériques de travail permettent aux individus de travailler n'importe où, et notre enquête montre que leurs utilisateurs se sentent plus valorisés et appréciés. En manquant de transparence et en mesurant leur productivité de façon aléatoire et uniquement à l'aide de chiffres, les employeurs peuvent rapidement miner la confiance de leurs salariés, et risquent de voir leurs meilleurs talents partir, alors que nous sommes dans un marché extrêmement complexe et compétitif. »

Le sondage sur le bonheur au travail vu par les DRH Opinionway pour Microsoft qui sont les collaborateurs qui sont au plus près des salariés nous donne un aperçu de leur vision de la mission des entreprises auprès des collaborateurs et il serait judicieux d'en tenir compte. Vous le retrouvez ci-dessous.. ●

## Les rôles de l'entreprise concernant le bien-être des salariés



# APPRENDRE À DÉCONNECTER

**Pour être un entrepreneur heureux, faut-il encore laisser de la place à vos activités personnelles, pour que vous ne soyez plus sans arrêt dans l'urgence ou encore les yeux rivés vers votre smartphone.**

Vous devez prendre le temps de déstresser et de vous déconnecter.

## UNE OBLIGATION DE DÉCONNECTION POUR LES SALARIÉS

Depuis le début de la crise sanitaire, la fusion entre notre espace de travail et celui personnel s'est imposée sans parfois que l'on se rende compte des conséquences de la disparition des frontières. Pourtant, depuis 2017, il est obligatoire dans les entreprises françaises d'établir un accord ou une charte entre l'employeur et les salariés. Un salarié ne peut pas se voir reprocher par son employeur de ne pas avoir répondu à un mail ou à un appel en dehors de ses heures de travail. Ce droit à la déconnexion est inscrit dans l'article 55 de la loi Travail et concerne les entreprises de plus de 50 salariés mais devrait s'appliquer dans les plus petites.

## UNE INCAPACITÉ À SE SÉPARER DE SON SMARTPHONE

Selon une étude de Recommerce pour Toluna, 21 % des Français se disent incapables de se passer de leur téléphone une journée. 24 % admettent même qu'ils ressentiraient un véritable manque s'ils devaient s'en séparer ne serait-ce que pendant 24h. Plus l'utilisateur est jeune, plus cette déconnexion apparaît comme invisible. 40 % des moins de 18 ans confessent ne pas pouvoir se séparer de leur téléphone plus de 5 minutes contre 30 % des milléniaux. Seuls les plus de 55 ans sont en majorité prêts à s'en passer. A l'inverse, 43 % des 35-54 ans et 65 % des plus de 55 ans assurent pouvoir couper le fil sans trop de problème, une dépendance donc générationnelle.

## Jamais sans mon smartphone

Chiffres clés sur l'usage du smartphone par les Français

**23 %**  
consultent leur smartphone  
moins de 5 min avant de  
s'endormir

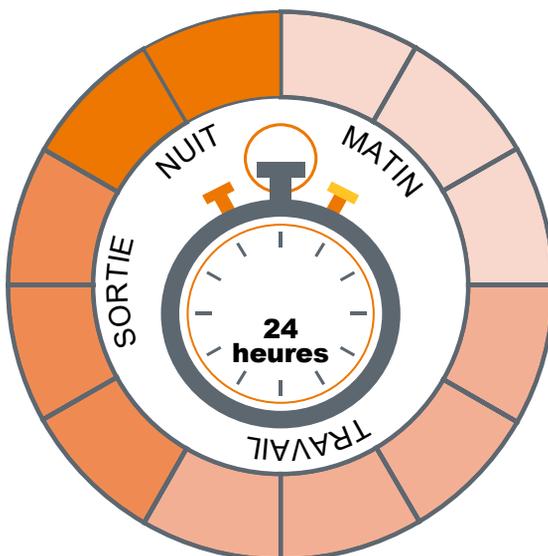
**41 %**  
le consultent au milieu de  
la nuit

**84 %**  
le consultent tout en  
regardant la télévision

**85 %**  
regardent leur s  
smartphone en compagnie  
d'amis ou de proches

**39 %**  
passent des appels  
professionnels

**82 %**  
prennent des photos  
avec leur smartphone



**20 %**  
le consultent moins de 5 min  
après leur réveil

**37 %**  
commencent par regarder  
leur messagerie SMS

**49 %**  
s'en servent dans les  
transports en commun

**92 %**  
l'utilisent quand ils sont  
au travail

**42 %**  
envoient des mails  
professionnels

**53 %**  
en font usage pour accéder  
aux réseaux sociaux



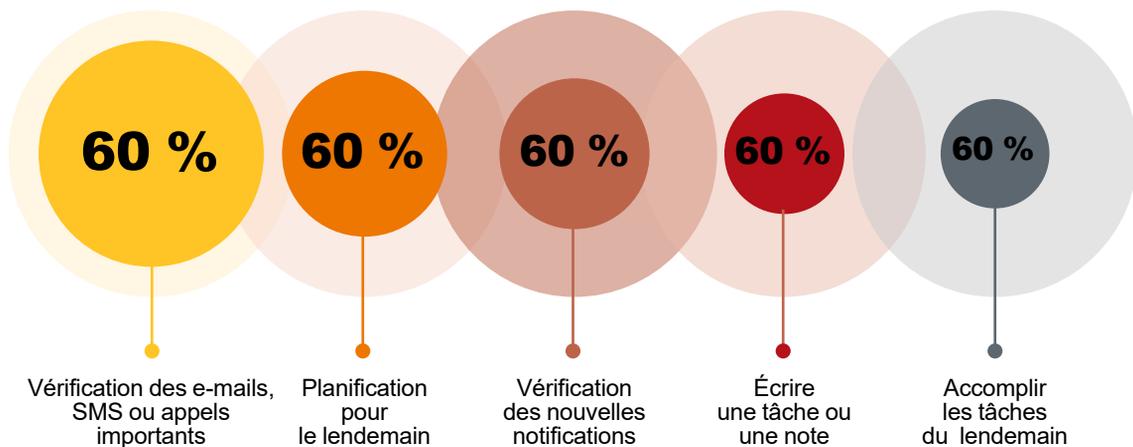


## LE SYNDROME FOMO GUETTE TOUJOURS L'ENTREPRENEUR

Le syndrome FOMO (« Fear Of Missing Out » en anglais) est un phénomène de plus en plus connu qui consiste à avoir « peur de rater quelque chose ». Il s'agit d'un besoin irrésistible d'être constamment connecté aux autres, d'être en permanence au fait des dernières actualités et implique d'être joignable à chaque moment de la journée. Elle affecte particulièrement les propriétaires de smartphones qui deviennent incapables de résister aux sirènes des vibrations et sonneries, voire simplement lorsque le téléphone s'allume ou envoie une notification. Il est amplifié par le fait que le portable sert aussi bien aux activités personnelles que professionnelles et rend fort difficile la déconnexion voire impossible. Selon

une étude commandée par Google auprès de Qualtrics, 68 % des personnes interrogées utilisent le même appareil pour leurs usages professionnels et personnels notamment car cette réunion permet une économie substantielle : un seul abonnement et un seul appareil. Sans compter que souvent, il est perçu comme un avantage pour le salarié. Selon cette étude 62 % des Français utilisent toujours ou très souvent leur smartphone pour travailler lorsqu'ils ne sont pas au travail dont 40 % après le travail et un tiers pendant le week-end. 20 % l'utilisent même lors du coucher et 15 % pendant la nuit... Cela se traduit par la vérification régulière de ses emails/appels pros (60 %), de ses notifications (40 %) ou par le fait d'avancer un travail pour le lendemain (29 %). ●

## Les 5 principales raisons pour lesquelles les employés travaillent en dehors des heures de travail :



## QUELQUES CONSEILS POUR SE DÉCONNECTER

Pour vous déconnecter et profiter pleinement dans votre vie personnelle, suivez les conseils suivants :

- Vous organiser en amont pour déléguer les tâches en cours et avoir quelqu'un qui traite les urgences à votre place.
- Mettre en place une réponse automatique indiquant la démarche à suivre en votre absence.
- Instaurer des phases de digital detox où tous les écrans sont bannis.
- Séparer votre téléphone personnel de celui professionnel
- Mettre votre téléphone de côté en vacances et ne pas l'emporter avec vous si possible
- Supprimer la synchronisation de mails sur son téléphone pendant les instants de repos
- Partir en vacances en même temps que les clients afin de n'avoir aucune urgence à traiter
- Ne rappeler qu'en cas de message urgent sur votre répondeur
- Mettre en place des activités dédiées à votre vie personnelle
- Ne consulter vos appareils et messageries qu'une seule fois dans la journée à une heure bien précise.

# CONSACREZ-VOUS À DES ACTIVITÉS ÉPANOUISSANTES !

**Ce n'est pas parce que vous êtes dirigeant que vous devez absolument vous impliquer tous azimuts.**

Vous pouvez déjà commencer par vous répartir les tâches avec vos associés mais vous pouvez également déléguer.

Oui mais vers quoi vous orienter ?

## **FAIRE UN BILAN EN FONCTION DE VOS COMPÉTENCES**

Les premières tâches que vous pouvez vous approprier sont celles qui sont, bien entendu, dans votre domaine de compétences ou pour lesquelles vous avez une particulière facilité d'apprentissage. Vous pouvez également vous consacrer à des activités qui vous intéressent tout particulièrement ou qui ne sont pas complexes pour vous et donc ne seront pas chronophages. De la même manière, rien ne vous empêche de vous former dans un domaine auquel vous avez tendance à vous intéresser dans la sphère privée. Si vous êtes un passionné des développements web alors autant en profiter pour faire d'une pierre deux coups. Ainsi, vous pourrez à la fois combler votre plaisir d'apprendre en même temps que vous mettez en place de nouvelles pratiques voire des activités au sein de votre entreprise.

## **N'OUBLIEZ PAS DE REGARDER CE QUI VOUS PLAÎT**

On confond souvent les compétences avec ce qu'on aime faire notamment au début de l'entreprise où les rôles se répartissent souvent logiquement en fonction des parcours de chaque entrepreneur. Pourtant, ce n'est pas parce que vous avez une compétence commerciale que cela va vous amuser d'en faire tous les jours et notamment si vous devez réaliser en permanence de la prospection dans le dur. Ceci n'est qu'un exemple mais reste vrai dans tous les domaines. La répartition a peut-être été faite lors de la création de votre entreprise pour des raisons pratiques mais rien ne vous empêche de discuter d'une nouvelle attribution avec vos associés.

N'oubliez pas que le pire ennemi de l'entrepreneur reste la procrastination et que si vous détestez ce que vous faites, vous allez avoir du mal à vous lancer dans toutes vos tâches. A l'inverse, plus vous ferez ce que vous aimez, plus vous aurez tendance à apprécier votre quotidien.

## **ARRÊTEZ DE VOULOIR PRENDRE LE TRAVAIL INGRAT**

Ce n'est pas parce que vous êtes le chef d'entreprise que vous devez absolument réaliser toutes les tâches ingrates et que personne ne veut faire. Le poste de dirigeant est souvent celui qui se révèle être le plus flexible mais les chefs d'entreprise considèrent souvent que certaines petites tâches ingrates leur reviennent pour se montrer en quelque sorte exemplaire. Pourtant, c'est ne pas prendre en compte la plus-value qu'il pourrait apporter sur d'autres tâches à plus forte valeur ajoutée.

Vouloir réaliser des économies en réduisant les coûts sur tout ce que vous utilisez n'est pas forcément une bonne pratique. Sur certaines tâches, vous aurez le même rendu que tout le monde alors autant ne pas vous en charger pour signer un nouveau contrat par exemple. Autre point à prendre en considération, ce n'est pas à vous de vous sacrifier à chaque fois pour éviter à vos collaborateurs de faire des tâches ingrates, juste pour éviter de les voir râler.

## **SE LANCER SUR DE NOUVEAUX PROJETS**

Le dirigeant reste souvent celui qui lance les nouveaux projets notamment dans les petites structures. D'abord, parce qu'il est nécessaire





souvent d'accorder du temps à une tâche qui ne sera pas forcément rentable par la suite. Il s'agit alors de faire des économies pendant la période de test et il est rare d'avoir des collaborateurs qui ont encore du temps disponible pour s'y impliquer. Lancer de nouvelles activités permet certes de trouver de nouveaux pans d'activités, une potentialité et d'être légitime par la suite mais toute cette partie demeure souvent chronophage. Réfléchissez donc bien sur le fait que cela vous plait pour ne pas vous retrouver avec une nouvelle fonction à charge que vous n'appréciez pas plus que cela. Certains dirigeants ont des profils qui adorent lancer les projets, d'autres le développement et enfin certains les deux. Il vous faut donc cerner votre personnalité pour savoir ce qui vous plaît.

### VOUS DONNER DES DÉFIS

Choisir une nouvelle activité ou encore certains développements plus que d'autres peut aussi être une volonté de se lancer des défis à soi-même. Ce n'est pas parce que vous êtes doué dans un domaine et nul dans un autre que vous n'avez pas toujours rêvé de progresser ou de maîtriser un outil ou une compétence. Certains dirigeants exècrent à prendre la parole en public, parfois juste pour une question de peur. L'avantage d'être dirigeant est celui de pouvoir choisir ce qui vous intéresse et que

personne ne viendra vous reprocher de vous lancer dedans (à part peut-être vos associés ou actionnaires). S'épanouir c'est aussi parfois dépasser ses limites et donc se fixer des défis (sans pour autant vous faire souffrir) afin de réussir à réaliser certaines tâches que vous n'auriez jamais pensé être capable de réaliser. Ne mettez pas non plus la barre trop haute dès le début et vérifiez tout de même que vous ne vous faites pas plus de mal que de bien.

### ALTERNER TÂCHES ET JEUX

Cela peut paraître surprenant mais s'épanouir au travail c'est également réaliser tout au long de la journée, certaines « tâches » que vous adorez. Cela peut tout simplement consister à mettre la bonne ambiance dans vos équipes en proposant des jeux. Plus vous alternerez les périodes d'amusements utiles (ne serait-ce que pour le moral des troupes) et le travail, plus vous aurez tendance à bien vivre votre vie d'entrepreneur. Le véritable bonheur reste parfois de rendre les autres heureux alors autant ne pas vous en priver vu que vous pouvez le faire presque à volonté. N'hésitez pas à mettre en place des activités ludiques que vous aurez la charge (ou non) d'animer. Vous pourrez ainsi passer vos journées entre amusements et développement de l'entreprise. ●

# QUELQUES LEVIERS POUR METTRE DE LA BONNE HUMEUR !

**Personne ne peut nier que la crise sanitaire et les confinements ont changé chez nombre de Français les habitudes.** La séparation vie personnelle et professionnelle a été mise à mal ainsi que les règles concernant le travail de chacun. Mais quels sont aujourd'hui les critères pour rendre vos salariés heureux ?

## UN TÉLÉTRAVAIL QUI A MODIFIÉ LES HABITUDES

Selon que les Français appartiennent à une génération ou une autre, leur vie a été différemment impactée par la crise sanitaire. Privés des loisirs habituels comme celui des voyages ou des rencontres dans les cafés ou dans les lieux culturels, ils ont regardé leur entreprise réagir face à ce serpent de mer qui mettait en grande difficulté les rituels du management.

Suivant les postes et règles du moment, des inégalités de traitement se font sentir, ne serait-ce que pour des raisons liées à la fonction occupée par les salariés. Certains ont été contraints d'aller au travail avec la crainte d'attraper le virus alors que d'autres se sont retrouvés confinés tout en continuant à travailler avec les multiples difficultés liées à la vie personnelle. Parmi elles, celle de se retrouver en même temps que les enfants confinés avec un domicile mal adapté à une coexistence de la vie professionnelle et personnelle. Les épisodes où les enfants se sont imposés au moment le plus inopiné, en ont fait d'ailleurs sourire plus d'un.

## UNE ADAPTATION AU TÉLÉTRAVAIL DE DERNIÈRE MINUTE

S'adapter face à une situation inédite, tel a été le parcours des chefs d'entreprise et des salariés. Il faut dire que la situation s'y prêtait et était particulièrement complexe pour bon nombre d'entreprises. Une bonne majorité a ainsi pu s'apercevoir de la problématique liée au fait de



disposer d'outils de travail dépassés et inadaptés au travail à distance. Il faut dire qu'il y a une différence entre avoir un ordinateur pour ses besoins personnels et celui pour travailler notamment quand il s'agit d'évaluer la performance.

Même si les entreprises ont massivement investi dans des outils et des logiciels pour contrecarrer cette situation inattendue, les connaissances et habitudes étaient loin d'être rodées. Beaucoup n'étaient pas prêts et certains salariés ont découvert, avec la pandémie, les outils de visio conférences. Ce passage n'a pas été aussi simple que cela puisque nombre d'entre eux ont été réticents mais aussi souvent déboussolés. Il faut dire que faire entrer de manière intrusive les collègues et leur manager ou dirigeant dans leur vie personnelle leur a demandé d'instaurer des lieux neutres et parfois des aménagements à faire rapidement comme celui de positionner leur poste de travail dans un espace exigu. Si le rejet a été la première réaction, aujourd'hui la tendance a changé et certains plébiscitent le télétravail. Pour être exact, c'est le travail hybride qui en ressort gagnant afin d'éviter les transports en commun, les longs trajets ou encore parce que certains trouvent que leur domicile représente un lieu calme désormais bien armé pour permettre une meilleure concentration, tout en profitant du lien social de temps en temps de l'entreprise.





### LA SÉCURITÉ DE L'EMPLOI DEVENUE CRUCIALE

Un sondage de janvier 2022 pour Microsoft réalisé par Opinionway montre les pratiques qui en dehors de la rémunération pourraient contribuer au bonheur des salariés. Il indique aux chefs d'entreprise des pistes pour manager les équipes. Il apparaît évident que les raisons évoquées par les collaborateurs qui les inciteraient à recommander leur entreprise demeurent un signe pour mieux diriger. En l'occurrence, la rémunération a été écartée et celle-ci nous montre que c'est désormais, dans cette période d'incertitude, la sécurité de l'emploi qui est devenue capitale. Il reste donc à l'entrepreneur de réfléchir aux différentes possibilités qui s'offrent à lui pour ouvrir de nouvelles perspectives aux salariés quant à leur avenir. Ainsi ce ne sont pas moins de 61 % qui ont donné des raisons liées au poste tel que la stabilité du contrat, l'intérêt des tâches et missions, la charge de travail ou encore le sens et l'utilité des tâches et missions.

A noter que la tendance qui se dégage depuis quelques années à trouver un sens à leur travail et non seulement une rémunération a largement pris de l'ampleur. S'il paraît difficile d'avoir la parole vraie de salariés qui veulent éviter d'être jugés malgré un sondage pour le moins représentatif, il est peut-être judicieux

de faire appel à un coach qui permettra de mieux écouter les salariés et leur donner la parole. Vous pourrez ainsi mieux répondre à leurs attentes.

### LEUR DEUXIÈME CHOIX CORRESPOND AU FAIT DE MIEUX VIVRE

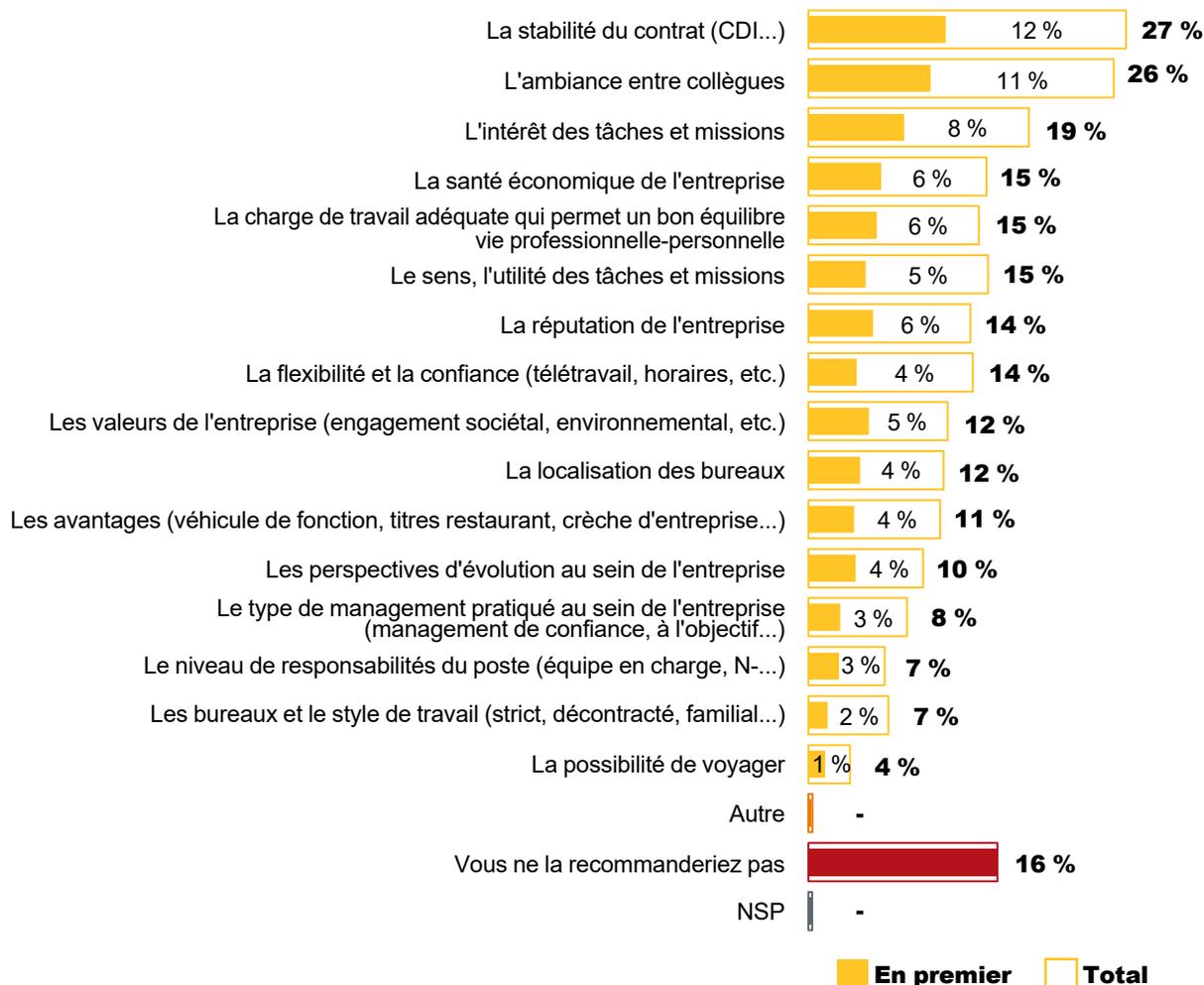
L'environnement de travail n'est pas en reste puisque 49 % des salariés interrogés recommanderaient leur entreprise pour l'ambiance. Les habitudes et les événements au sein de l'entreprise puisque les pots et petits déjeuners chouquettes entre collègues sont carrément plébiscités (83 %, voire très important pour 36 %) dans la contribution à l'attachement envers leur entreprise. De plus, contrairement à ce que l'on pourrait penser les collaborateurs en mode hybride y sont les plus fortement attachés car ces rituels leur permettent de rencontrer leurs collègues : 90% d'entre eux déclarent que ces petits rites conviviaux contribuent à leur fidélité à l'entreprise, dont 43 % de manière très importante. Il paraît de manière explicite que les salariés éprouvent un réel besoin de maintenir un lien social avec leurs collègues (83 % déclarent les aimer, dont 31 % qui déclarent beaucoup les aimer).

### LA FLEXIBILITÉ, LA FIN DU CARCAN

Les jours de RTT ont connu un véritable engouement car ils ont permis aux salariés de profiter d'une certaine flexibilité et d'organiser ce temps à leur guise dans la plupart des cas. La pandémie a ouvert la boîte de pandore en permettant la flexibilité du lieu. Celle-ci est devenue un critère pour le quotidien des actifs français (59 %), en particulier pour ceux qui ont adopté le travail à distance (68 %). Les salariés âgés de moins de 35 ans sont ceux qui sont le plus en attente de flexibilité : 65 % d'entre eux déclarent que c'est aujourd'hui un critère décisif dans leur choix de carrière. Mais aussi la flexibilité du temps n'est pas oubliée : près de 60 % des actifs français déclarent que si leur entreprise les incitait à organiser eux-mêmes leur temps, choisir leurs propres horaires leur ferait apprécier davantage leur entreprise. Ceux qui ont aujourd'hui une activité compatible avec le travail à distance sont également 58 % à dire que la proposition de 2 ou 3 jours de travail à distance par semaine leur ferait apprécier davantage leur employeur. ●



## Les raisons de recommander son entreprise actuelle



## Les raisons de recommander son entreprise - TOTAUX

Raisons liées **au poste**

**61 %**

**La stabilité du contrat #1**  
**L'intérêt des tâches et missions #3**  
**La charge de travail**  
**Le sens, l'utilité des tâches et missions**  
**Le niveau de responsabilités du poste**

Raisons liées à  
**l'environnement de travail**

**49 %**

**L'ambiance entre collègues #2**  
**La flexibilité et la confiance**  
**La localisation des bureaux**  
**Les bureaux et le style de travail (strict, décontracté, familial...)**

Raisons liées  
**à l'entreprise**

**46 %**

**La santé économique de l'entreprise**  
**La réputation de l'entreprise**  
**Les valeurs de l'entreprise**  
**Les perspectives d'évolution**  
**Le type de management pratiqué**

Raisons liées  
**aux avantages**

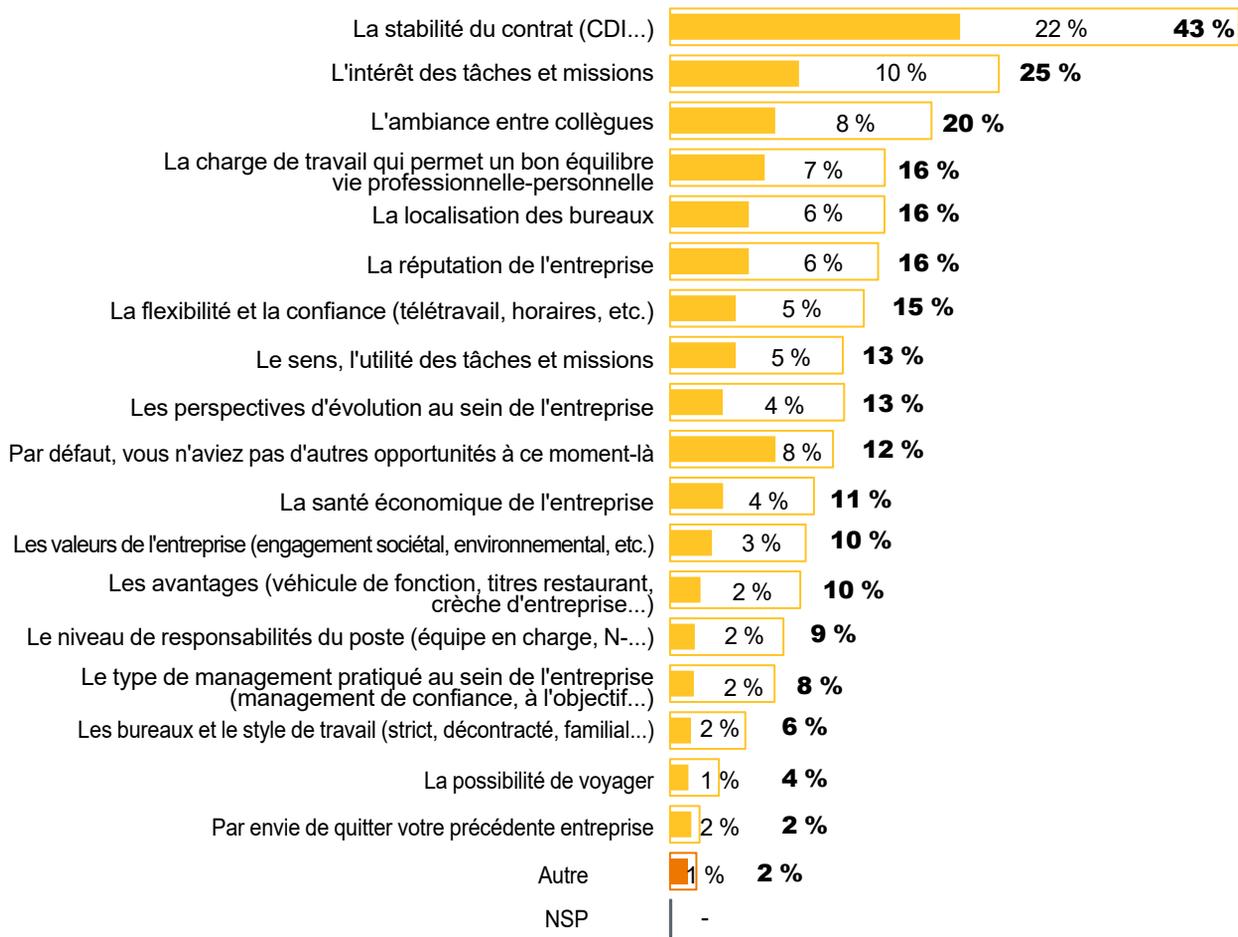
**15 %**

**Les avantages**  
 (véhicule de fonction, titres restaurant, crèche d'entreprise...)  
**La possibilité de voyager**  
**Vous ne la recommanderiez pas #4**



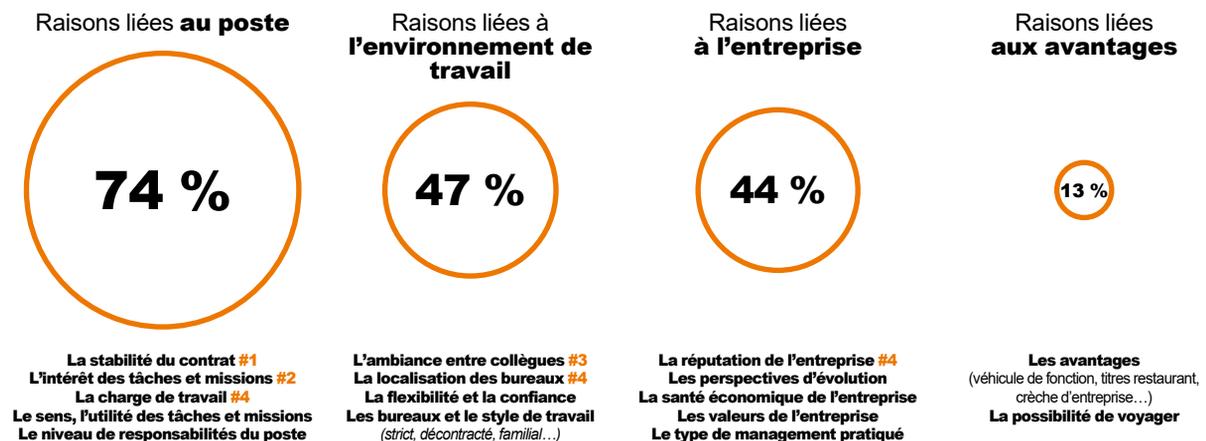


## Les raisons de rejoindre son entreprise actuelle



■ En premier  Total

## Les raisons de rejoindre son entreprise actuelle - TOTAUX



# METTRE L'AMBIANCE AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE

**S'il y a bien quelque chose que l'on a pu constater pendant le confinement, c'est que l'ambiance au travail demeure souvent l'un des principaux leviers du bonheur en entreprise que ce soit pour vous ou vos collaborateurs.** Zoom sur quelques éléments sur lesquels vous pouvez agir pour que tout le monde se sente mieux dans votre entreprise (y compris vous !)

## TRAVAILLER SUR LE DESIGN DU LIEU DE TRAVAIL

Que vous ayez opté pour un lieu de travail en bureaux fermés, en open space ou encore un entre deux, rien n'est plus désagréable que de venir travailler dans un lieu austère qui rappelle vaguement les couleurs d'une prison. Inutile de dépenser des milliers d'euros (sauf si vous en avez la possibilité) pour que votre lieu de travail soit un peu plus joyeux. Vous pouvez bien entendu penser aux plantes ou encore à mettre des affiches qui permettent d'égayer votre lieu de travail. Dans la mesure du possible, demandez à chaque salarié de contribuer à la décoration ou sollicitez des personnes spécialisées dans la mise en place d'ambiance en entreprise. Certains n'hésitent pas à installer des babyfoot, billards, table de ping pong, jeu de fléchettes voire des toboggans ! Plus vous personnaliserez votre lieu de travail, plus vous aurez tendance à vous sentir à l'aise comme à la maison. N'oubliez pas de mettre un peu de verdure si



vous le pouvez et de penser à l'éclairage qui doit être le plus naturel possible.

## PENSER À TOUT CE QUI PEUT ÊTRE UTILE AU QUOTIDIEN

Que l'on parle de simples machines à cafés/thés, de corbeilles à fruits, de petits déjeuners, de micro-ondes voire une salle de sport, réfléchissez à tout ce qui participe au bien être de chacun au quotidien surtout si vous disposez d'un espace conséquent. Certaines entreprises peuvent s'en charger pour vous et vous réapprovisionner régulièrement si vous n'avez pas le temps de vous investir alors autant ne pas vous en priver si c'est le cas. Les petits plaisirs au quotidien participent souvent plus au bien être en entreprise que les grandes démonstrations alors autant mettre en place ce qui vous semble contribuer à faire en sorte que tous vos collaborateurs arrivent en entreprise l'esprit serein. Certains implantent même des services de pressing, c'est vous dire !





### METTRE EN PLACE DES ACTIVITÉS EXTRA TRAVAIL

Ce n'est pas parce que vous êtes sur votre lieu de travail que vous devez tout le temps travailler. D'ailleurs, ce serait une illusion de penser que vous êtes concentré toute la journée et que vous n'avez pas besoin de pauses. Lors de ces pauses rien ne vous empêche de mettre l'ambiance ou de créer des moments où chacun puisse se détendre que ce soit au travers de jeux ludiques ou encore d'instant de découverte. Vous pouvez également créer des activités après le travail ou pendant les horaires qui permettront à vos équipes de renforcer leur lien dans un contexte différent. Vous pouvez penser à tous types d'activités surtout celles qui vous permettent de voir vos collaborateurs dans une situation inhabituelle. Certains proposent ainsi des repas où chacun ramène sa spécialité locale alors que d'autres vont, par exemple, inciter à participer à escape game ou à un atelier d'improvisation. Vous avez l'embarras du choix alors autant de pas vous en priver.

### ORGANISER DES ACTIVITÉS EN EXTÉRIEUR

Les beaux jours reviennent, les masques sont enfin tombés. Pourquoi n'en profiteriez-vous pas pour organiser des activités en extérieur. Si vous n'avez pas un budget qui vous permet de dépenser sans compter, vous pouvez consulter des sites internet qui vous aideront à réaliser de multiples activités qui vous permettront de créer la cohésion des équipes dans la joie et la bonne humeur. Ainsi à votre portée se trouvent la chasse aux trésors, la recherche d'itinéraires que vous pouvez lier à l'histoire de votre ville ou à une personnalité et bien sûr vous servir de l'histoire de la ville. Vous n'oublierez pas de tenir compte des sportifs qui sont prêts à se lancer des défis physiques mais aussi des personnes qui si elles sont enthousiastes pour participer devront trouver un jeu adapté à leur personnalité et à leur santé. De quoi dynamiser votre équipe et sortir de la routine. ●

# LES NOUVEAUX ENJEUX DE LA CULTURE D'ENTREPRISE

**La culture d'entreprise a fortement été mise à mal par la pandémie.**

Celle-ci du fait de son caractère international a mis le doigt dans la plaie et les nombreux confinements ont largement contribué à une remise en cause par les salariés de la culture des entreprises et de leur attachement.



**S**elon une étude OpinionWay/Microsoft France, ce ne sont pas moins de 49 % des salariés qui ont « *moins de scrupule à postuler ailleurs* ». Les entreprises doivent donc réfléchir aux leviers de rétention même si 56 % des salariés interrogés avouent « *avoir peur de quitter son entreprise* » car « 44 % considèrent « *aimer moins leur travail* ».

## UN TRAVAIL HYBRIDE À INTÉGRER

Le travail hybride est devenu la norme dans bon nombre d'activités. Si certaines entreprises se sont vite adaptées, le constat de l'épuisement d'un véritable capital entre les actifs français et les entreprises est de mise. Il faut dire qu'on dénote une différence entre les entreprises qui ont su se montrer « *volontaristes dans leur*





*transformation* » notamment en accompagnant leur salarié dans la mise en place du travail hybride et celles qui ont été noyées en raison de l'impact des bouleversements. La plupart n'ont pas du tout réussi à recréer du lien social entre les collaborateurs à distance et il faut constater la transformation numérique a été difficile pour une bonne partie d'entre elles.

Attention tout de même car bon nombre de dirigeants ont tendance à assimiler travail hybride et délocalisation. Si le travail à distance, au moins partiellement est désiré, les délocalisations n'ont aujourd'hui pas la côte et sont encore plus critiquées qu'avant la crise sanitaire. Cette tendance devrait d'ailleurs se renforcer avec les conflits Ukraine-Russie qui montrent que la mondialisation a ses limites.

### UN TRAVAIL SUR LES MOTIVATIONS À RÉALISER POUR L'ENTREPRISE

Pour ancrer une bonne culture d'entreprise, les entreprises ne doivent plus aujourd'hui oublier de prendre en compte la source des motivations originelles pour rejoindre l'entreprise. On ne parle, bien entendu, pas du niveau de rémunération même s'il reste un moteur de décision évident. A noter que si 74 % des répondants de la même étude indiquent avoir rejoint l'entreprise en raison « *du poste proposé et la sécurité de l'emploi (CDI)* », 47 % estiment que l'environnement et l'ambiance de travail sont importants. D'ailleurs 44 % affirment que c'est en prenant en compte son « *image (réputation, perspectives d'évolution, santé financière, valeur...)* » qu'ils se sont décidés.

### LA MARQUE EMPLOYEUR UNE PRIORITÉ

La marque employeur demeure une priorité pour retenir un collaborateur, la rémunération ne suffisant souvent pas et la valorisation sur le marché du travail ayant toujours un impact significatif (même quand le salarié ne désire pas quitter l'entreprise). Pour avoir une marque forte, pas de doute selon l'étude, il vous faudra travailler autant sur l'ambiance de travail (83 %) que la flexibilité de lieu et horaires de travail. Mais il ne faut pas oublier dans l'histoire que les salariés sont également fortement sensibles aux valeurs de l'entreprise (sociales, politiques, environnementales...) avec 85 % des répondants qui y sont sensibles. Attention aux faux-semblants cependant car à l'heure de la

communication tous azimuts, les valeurs doivent correspondre aux actions et les sanctions peuvent rapidement se faire sentir pour ceux qui prétendent agir mais font le contraire.

### SORTIR DES SENTIERS BATTUS DANS LES RÉUNIONS CONVIVIALES

S'il y a bien quelque chose qui est remis en cause dans les pratiques d'entreprise ce sont bien les réunions voire le phénomène de la réunionite. Si cela fait deux ans pour nombre de salariés qu'elles se passent en visioconférences, elles sont fortement attendues avec le retour en entreprise. Évidemment et, vous l'aurez compris, pas question de refaire les mêmes réunions ni d'imposer des réunions à distance mal préparées.

Par ailleurs, le confinement et les gestes barrières ont privé bon nombre de vos collaborateurs de la joie de participer à des événements alors autant reprendre en mettant un peu de joie à vos événements. Il faut dire qu'il était courant de trainer des pieds pour se rendre dans des pots souvent lugubres réduits à trois petits fours, voire dans des événements qui ont pourtant du charme sur le papier comme la galette des rois ou les pots de fin d'année. Le temps est venu de recréer l'esprit d'équipe au travers par exemple de séminaires pour créer une cohésion des équipes, ceux-ci devant provoquer l'envie d'en parler dans l'entourage familial et amical.

### L'HISTOIRE DES ENTREPRISES ET DES FONDATEURS DEMEURE CRUCIALE

Dans nos interviews, il est courant que nous mettions en avant en premier l'histoire et le parcours des entrepreneurs car celle-ci inspire bon nombre de créateurs. Ceux-ci sont loin d'être anodins pour vos collaborateurs alors n'hésitez pas à mieux communiquer dessus. Ne faites pas l'impasse sur les difficultés rencontrées, les opportunités, les rencontres, les obstacles, les embûches, les victoires voire les défaites cuisantes ! Elles sont porteuses d'espoir et indiquent aussi votre capacité à reconnaître vos erreurs et à apprendre d'elles. Elles permettent aussi de servir de référence et d'humaniser votre entreprise. De la même manière, vous ne devez pas négliger la présentation de votre équipe qui doit être visible de l'extérieur. N'hésitez pas dans ce cadre à mettre des photos de groupes sur votre site internet. ●

# LA CRÉATION D'UNE CULTURE DIGITALE

**Pour avoir des salariés heureux, encore faut-il que l'entreprise se mette à la page.** L'adaptation aux nouvelles méthodes de travail comme le travail hybride implique pour bon nombre d'entre vous de vous faire quelques changements, voire d'implémenter une culture digitale pour faciliter votre transformation.

## LA DIFFICULTÉ PARTICULIÈRE DES ENTREPRISES À SE TRANSFORMER

Alors que l'ensemble de la société s'est largement digitalisée et que la plupart des Français possède un Smartphone ou est présent sur les réseaux sociaux numérique, on peut se demander pourquoi l'installation d'une culture du numérique rencontre des difficultés dans les entreprises. Il faut d'abord constater que le numérique bouleverse toutes les habitudes, tous les processus et les salariés n'adoptent pas le changement en un claquement des doigts. Or, une entreprise doit non seulement gérer l'existant mais également mettre en place les innovations qui vont apporter une valeur ajoutée à l'entreprise mais aussi parfois au bien-être des salariés en leur retirant les tâches répétitives sans pour autant faire table rase immédiatement du passé. Autre phénomène générant une difficulté à son installation, celle de la classique séparation entre vie professionnelle et vie privée qui peut soulever des inquiétudes lors de la mise en place. Le fait de savoir comment se comporter sur les réseaux sociaux posent également des interrogations car la manière de communiquer s'avère complexe. Ainsi, même si on utilise les mêmes réseaux, les comportements demeurent moins spontanés, on comprend pourquoi.

## COMMENT COMMENCER SA DIGITALISATION ?

Pour débuter si vous ne savez pas par où commencer, vous pouvez déjà lister tout ce qui apparaît immuable pour l'instant. Avec le changement, vos collaborateurs auront besoin de points d'ancrage et parmi ceux-ci on retrouvera les valeurs qui peuvent être l'innovation ou la satisfaction du client mais également tous les critères d'évaluation qui ne



seront pas impactés comme les objectifs ou encore certains process de l'entreprise. Selon Dominique Turcq, fondateur de l'Institut Boostzone en 2004, le changement devant être désiré, il vous faut ensuite vous pencher sur **ce qu'il apporte aux uns et aux autres**. Plus que l'outil en lui-même, c'est donc sur ces bénéfices qu'il faut communiquer. Son installation peut faire gagner du temps, éviter certaines tâches redondantes ou encore faciliter la communication en interne par exemple. On pensera également aux gains de productivité ou à la simplicité. Autre démarche qui peut faciliter son implémentation : celle de **l'établissement de référentiels** qui permettent à chacun de savoir ce qu'il peut ou ne doit pas faire. Celui-ci peut indiquer la manière de travailler ou définir les différents impacts. Enfin, il s'agit de faire passer le message que la réalité ne sera pas plus complexe que la précédente et qu'elle est à la portée de tous les salariés.



## ➤ MAIS POURQUOI VOULOIR CE CHANGEMENT DE CULTURE ?

Il est évident que ce changement doit intervenir d'abord pour permettre à l'entreprise de rester compétitive et attractive. Les sondages montrent ainsi que bon nombre de salariés ne souhaitent plus revenir tout le temps en entreprise et que certains ont prévu de quitter leur emploi pour des questions liées à la possibilité de télétravailler, au moins de manière hybride.

On le comprend bien, la présence du digital un peu partout va clairement affecter le fonctionnement des entreprises qui pourraient vite se retrouver dépassées si ce changement de culture n'intervient pas. L'entreprise doit réagir de plus en plus vite et les outils digitaux contribuent largement à cette révolution.

La digitalisation représente également un moyen de fédérer vos équipes car elle engendre souvent une approche beaucoup plus collaborative du travail. Elle crée de l'engagement entre les collaborateurs qui participent à une même aventure. La création d'une communauté que ce soit au travers d'une présence sur les réseaux sociaux de l'entreprise ou au travers d'outils internes ont pour effet également une adhésion plus forte à l'entreprise et à un esprit d'équipe renforcé avec des interactions beaucoup plus nombreuses entre les membres d'une même équipe. La capacité d'innovation qui peut en découler peut aussi se révéler intéressante à exploiter.

## DES COMPORTEMENTS À NÉCESSAIREMENT DÉFINIR

Si on peut se dire que les comportements sont intuitifs et qu'il suffit de calquer ceux du personnel vers le digital, la réalité est plus complexe. Ainsi, lorsqu'un de vos collaborateurs pose une question sur un forum professionnel,

signalant une difficulté par exemple, il fournit des informations à vos clients potentiels ou actuels mais également à la concurrence. De la même manière, il est évident que vous n'aurez pas la même manière de répondre à titre personnel puisque cela n'engage que vous alors que lorsque vous communiquez à titre professionnel, vous engagez l'entreprise. Ce sont donc un ensemble de comportements qu'il vous faudra prendre en compte si vous souhaitez que l'implémentation de la culture numérique se passe bien et que vous ne rencontriez pas de difficultés particulières. Vous pouvez donc mettre en place des procédures ou encore un référentiel comme nous vous l'indiquons plus tôt. Le but restant de ne pas tout contrôler mais d'indiquer les bons comportements.

## UNE REMISE EN CAUSE DE LA HIÉRARCHIE TRADITIONNELLE

Même si on y pense peu, la digitalisation et la mobilité ont fortement remis en cause la hiérarchie traditionnelle verticale puisque celle-ci est devenue pratiquement horizontale. On peut le constater simplement avec des niveaux hiérarchiques qui deviennent de moins en moins nombreux et ceci s'illustre parfaitement par un exemple. Si autrefois pour échanger avec une personne du silo voisin, vous deviez vous adresser à votre supérieur hiérarchique, aujourd'hui un salarié aura tendance à envoyer un email pour se mettre en contact. L'ensemble des outils et notamment tous ceux qui incitent les collaborateurs à communiquer entre eux ont donc remis en cause la hiérarchie traditionnelle. Des fonctions comme celle de RH, Juridique, Communication qui étaient peu en rapport avec les autres sont donc désormais en interaction permanente. ●



# LES AVIS SUR INTERNET : UNE PRATIQUE À CONSIDÉRER

**69 % des Français ont déjà laissé un avis client sur internet mais sont-ils vraiment lus ?** Sont-ils un moyen seulement de se plaindre quand tout se passe mal ? Focus sur une pratique courante qui pourrait vous surprendre.

**L**es rumeurs vont bon train sur les avis et laissent parfois les internautes devant un dilemme qui est de croire ou ne pas croire à la fiabilité des avis. Cela d'autant plus que certains procès retentissants sur les faux avis les incitent à se méfier. Qu'en est-il exactement ?

## LES AVIS CLIENT : CEUX QUI LES CONSULTENT

Comme nous le montre l'étude YouGov pour RealTime sur les Français et les avis clients sur internet, la quasi-totalité des Français consultent les avis clients sur un produit/service (94 %) et 56 % les lisent même de manière régulière.

Ce sont les femmes semblent qui sont les plus enclines à consulter les avis clients puisque qu'elles seraient 63 % à le faire régulièrement. L'écart est considérable puisqu'il est de 15 points supérieurs par rapport à celui de leurs homologues masculins (48 %). Les avis sont également plus consultés par les jeunes générations puisque 69 % des 18-34 ans les regardent régulièrement contre 44 % des 55 ans et plus.

## MAIS QUI ÉCRIT LES AVIS CLIENTS ?

Si 69 % des Français ont déjà laissé un avis client sur internet, ce chiffre est bien plus



important notamment chez les 25-34 ans. 78 % de cette tranche l'aurait ainsi déjà fait et 31 % même régulièrement (69 % de ceux qui le font les écrivent donc occasionnellement).

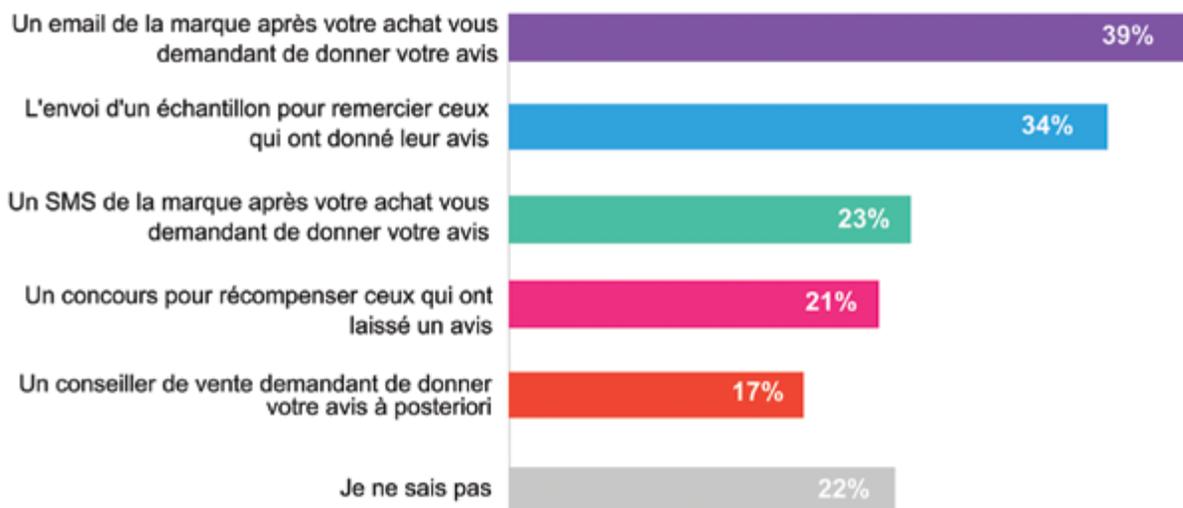
## CE QUI INCITE LES FRANÇAIS À LAISSER UN AVIS

Les Français ont tendance à laisser un avis parce qu'ils sont sollicités notamment à la suite d'un email après un achat (39 %). Ce réflexe est moins fort lors de l'envoi d'un SMS qui encourage à laisser un avis (23 %). On remarque que dans les motivations à laisser un avis, l'origine serait souvent d'être récompensé puisque dans 34 % des cas, les Français le feraient dans l'espoir d'avoir un échantillon en guise de remerciement (34 %), un chiffre tiré à la hausse par les femmes (40 %). De la même manière, les jeux concours sont l'occasion de laisser un avis puisque 21 % le font dans ce cadre.





## POUR QUELLES RAISONS LES FRANÇAIS LAISSENT-ILS UN AVIS ?



Q: Parmi la liste suivante, qu'est-ce qui vous encourage / vous encouragerait à laisser un avis client ?  
Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

**YouGov**

## FOCUS



### DES AVIS POSITIFS PLUS QUE NÉGATIFS !

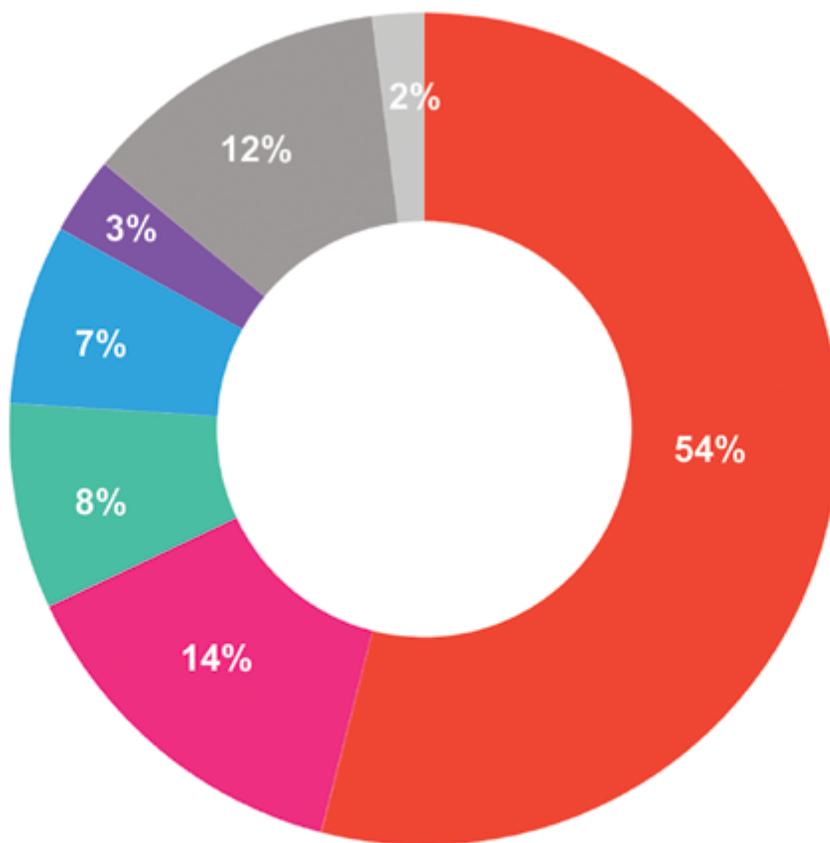
Contrairement aux a priori, les avis sont plutôt positifs puisque l'immense majorité a tendance à laisser un avis positif (66 %) contre seulement 19 % qui ont tendance à faire l'inverse. Les avis ne sont donc pas là pour montrer sa mauvaise humeur mais bien pour montrer sa satisfaction.

### MAIS OÙ S'INFORMENT-ILS ?

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, les Français ne cherchent pas forcément à avoir un avis sur une plateforme extérieure pour avoir plus d'objectivité puisque 54 % d'entre eux trouvent plus pertinents de le faire... sur le site web du magasin, un chiffre qui montre donc que la méfiance n'est pas aussi forte que l'on pourrait penser sur la manipulation des avis et notamment leur suppression.



## SUR QUELLES PLATEFORMES LES FRANÇAIS CONSULTENT-ILS LES AVIS ?



- Sur le site web du magasin
- Par e-mail
- Sur un média
- Sur une plateforme sociale
- Sur messagerie mobile
- Je ne sais pas
- Autre

Q: Sur quelle plateforme le fait de consulter un avis client avant achat est-il le plus pertinent selon vous ?  
Veuillez sélectionner une seule réponse.

YouGov®

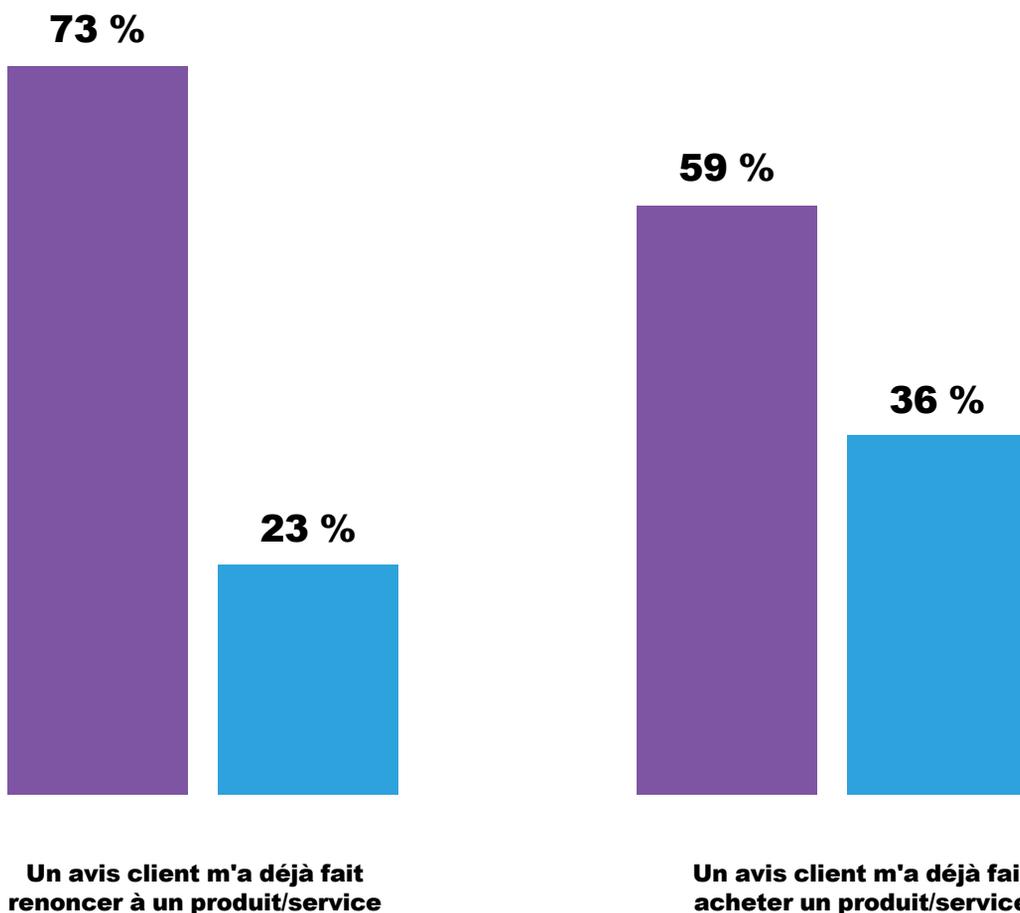
**> DANS QUEL CADRE LES CONSULTENT-ILS ?**

De manière générale, trois secteurs arrivent en tête pour la consultation des avis. En tête les Restaurants et Bars ainsi que les Hôtels (44 %). Les Produits Électroniques grand public ne sont

pas en reste puisque 39 % l'effectuent dans ce cadre.

Les 18-24 ans ont également la même pratique même si les Restaurants et Bars (54 %) arrivent en pole position suivi des Hôtels (49 %), des Produits électroniques grand public (46 %).

**LES FRANÇAIS FONT-ILS CONFIANCE AUX AVIS ?**



Q: Parmi la liste suivante, qu'est-ce qui vous encourage / vous encouragerait à laisser un avis client ?  
Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Oui  Non



Cependant cette similitude s'arrête sur trois catégories et notamment les vêtements puisqu'un écart de 17 points est à noter sur cette typologie de produits. De la même manière un

écart de 11 points est à noter sur les films de cinéma/émissions ou série TV, les jeunes étant donc plus friands des avis que la population nationale pour ces deux catégories. ●

# LES FAUX AVIS SUR INTERNET : UNE TENDANCE !

**Les faux avis sont devenus fréquents et pullulent sur Internet au point d'être devenu un vrai enjeu pour certaines grandes plateformes comme Amazon qui en ont fait leur priorité.** Les systèmes de détection automatique ne sont pas toujours performants et les condamnations des faussaires n'ont parfois que peu d'effets.

## LES FAUX AVIS DÉVELOPPÉS PAR DES SOCIÉTÉS

On s'imagine souvent une personne d'une entreprise appliquée à créer des faux avis. En réalité, certaines entreprises se sont spécialisées dans le domaine dont certains se targuent d'avoir des centaines de milliers d'utilisateurs. En contrepartie des faux avis, ceux qui rédigent les faux avis reçoivent des cadeaux, des produits gratuits ou des paiements en échange de faux avis. De la même manière que pour les « like » où certains payaient pour en avoir, les sociétés se sont multipliées dans le domaine avec des business models différents. A noter que certaines sociétés sont spécialisées suivant les plateformes et notamment Facebook particulièrement prisées par des entreprises étrangères pour communiquer en Europe.

## LES RAISONS D'EN FAIRE

Les faux avis ne servent pas seulement à se faire plaisir ou encore à dénigrer un concurrent, ils servent avant tout à influencer les consommateurs. Selon une autre étude IFOP de 2018, 31 % des consommateurs peuvent dépenser plus si la note est « excellente » et 68 % font davantage confiance lorsqu'ils voient des avis positifs et négatifs. Déjà, un chiffre proche de la nouvelle étude montrait que 74 % des internautes auraient abandonné un achat à la suite de commentaires négatifs. Mais ceci n'est pas la seule fonction puisque sur certaines plateformes, les avis sont souvent pris en compte et ce sont les plus récents qui pèsent sur la note d'un produit, ce qui peut faire mécaniquement commander le produit.



## L'EXEMPLE DE LA BATAILLE D'AMAZON

Amazon a particulièrement été affectée par les faux avis et en a fait une priorité depuis 2016. Elle s'est notamment attaquée à deux entreprises, AppSally et Rebatest, qui auraient joué le rôle de courtiers en faux avis. La bataille est bien engagée et qu'Amazon a notamment mis en place une limite d'achat pour pouvoir émettre un avis (environ 44 euros) et sanctionner certains vendeurs qui y recouraient. Cependant selon une étude, Amazon met en moyenne cinquante-trois jours pour détecter un faux avis alors que ce sont les plus frais qui ont le plus d'impact. Amazon continue son combat pour les faux avis :

**“ Nous avons vu un nombre croissant d'acteurs malintentionnés solliciter des faux avis hors d'Amazon, particulièrement sur les réseaux sociaux (...) afin de gêner notre capacité à détecter leur activité. [Il est] clair que cette bataille se joue désormais à l'échelle de l'industrie entière, et que nous devons travailler ensemble pour progresser. ”**





**> COMMENT GÉRER LES FAUX AVIS SUR VOTRE ENTREPRISE ?**

Les avis sur votre entreprise peuvent nettement vous nuire d'autant plus s'ils s'avèrent que c'est votre concurrence ou des haters, par exemple, qui en sont à l'origine. Un tiers d'entre eux seraient faux. Si on pense que cela n'arrive qu'aux autres, mieux vaut connaître les moyens de s'en débarrasser.

**1<sup>ère</sup> étape : repérer les faux avis**

Pour commencer, un faux avis est souvent guidé par un langage qui sort de l'ordinaire par son agressivité. Si un avis s'avère particulièrement virulent, vous pouvez émettre l'hypothèse qu'il puisse s'agir d'un faux. Les vrais commentaires négatifs sont souvent polis et mesurés. Ils seront également moins précis avec des critiques plus vagues. Lorsqu'une expérience est réelle, elle souffre généralement de détails particuliers. Pour détecter un faux avis de votre concurrence, vous pouvez également vérifier s'ils ne font pas l'inverse sur le site internet de vos concurrents avec des éloges un peu trop marqués. Si vous retrouvez un commentateur qui dans le même temps donne des avis trop positifs, il s'agit souvent d'un indice. Dans le sens inverse, si vous recevez trop d'avis positifs qui se suivent, vous pouvez rapidement

vous dire que ce sont des faux clients qui en sont à l'origine (mais en général c'est vous dans ce cas qui les avez commandés).

**2<sup>ème</sup> étape : comment signaler un faux avis ?**

La plupart des plateformes (Google, Trip Advisor, Yelp, Facebook...) proposent de signaler un avis mensonger. Cette opération ne demande généralement pas plus de quelques clics. Cela ne vous prendra donc que quelques minutes pour le faire, alors autant vous en charger. N'hésitez pas à inciter vos équipes de faire de même pour que celui-ci ne passe pas à la trappe.

**3<sup>ème</sup> étape : répondre vite...**

Créer des alertes est possible sur bon nombre de sites. Vous pouvez ainsi obtenir un rapport détaillé sur les avis postés qui vous concernent notamment par Google. Faites-le sur les plateformes principales, celles qui concentrent le maximum d'avis, vous pourrez ainsi vous tenir rapidement informé d'un commentaire qui serait peu élogieux.

Là encore, pas plus de quelques minutes pour créer votre alerte. L'essentiel reste est de ne pas laisser un commentaire négatif sans réponse trop longtemps. Ils nuisent à votre e-réputation et votre absence de réponse peut être interprétée comme une vérité. Même si vous souhaitez répondre vite, ne négligez pas de réaliser une réponse polie et sans agressivité.

**4<sup>ème</sup> étape : ... et bien !**

Votre réponse ne doit pas se faire n'importe comment car la situation peut vite se retourner contre vous. La première chose à faire reste donc de réfléchir aux mots que vous allez choisir avant de répondre. La vitesse est primordiale mais l'exécution n'est pas à négliger car vous jouez avec l'image de votre entreprise.

D'abord, s'il ne s'agit pas d'un véritable client, n'hésitez pas à le dire et que vous n'avez jamais eu affaire à lui. Ceci est notamment vrai dans la restauration. Si ce n'est pas le cas, vous pouvez donner vos contacts en message privé afin de résoudre le litige. Prévoyez vos réponses à la demande en amont. Rien ne sert de faire un commentaire négatif en retour car vous nuisez plus à votre image qu'à la vôtre. Vous pouvez poster par la suite des posts positifs. ●





### > Les conseils de la DGCCRF

- Ne pas se fier uniquement aux avis des consommateurs

#### **LES AVIS DES CONSOMMATEURS NE SONT PAS TOUJOURS FIABLES.**

Qu'il s'agisse de faux avis positifs postés par le professionnel, ou par son agence de communication, ou d'avis négatifs rédigés par un concurrent, les faux commentaires sur les sites en ligne trompent le consommateur et faussent la concurrence, même si la pratique des faux commentaires **est interdite en France**.

#### **LES RÈGLES QUE LE COMMERÇANT DOIT RESPECTER LORSQUE DES AVIS SONT PUBLIÉS SUR SON SITE INTERNET**

Selon le code de la consommation les commerçants doivent préciser :

- s'il y a une **procédure ou non de contrôle des avis** ;
- la **date de publication de chaque avis** ainsi que celle de l'expérience de consommation concernée par l'avis ;
- les **critères de classement des avis** parmi lesquels figurent le classement chronologique ;
- s'il existe une **contrepartie fournie en échange du dépôt d'avis** ;
- le **délaï maximum de publication** ou de **conservation d'un avis**.

De plus, lorsque le commerçant exerce un contrôle sur les avis, il doit également informer les internautes :

- des **caractéristiques principales** du contrôle des avis au moment de leur collecte, de leur modération ou de leur diffusion ;
- de la possibilité, le cas échéant, de **contacter le consommateur auteur de l'avis** ;
- de la possibilité ou non de **modifier un avis** et, le cas échéant, les **modalités de modification** de l'avis ;
- des motifs justifiant un **refus de publication de l'avis**.

*Attention ! Les avis de consommateurs mensongers ou injurieux et les avis positifs publiés par ou à la demande des entreprises elles-mêmes relèvent des pratiques commerciales trompeuses, incriminées dans le Code de la consommation (article L. 121-4, point 21) et pénalement sanctionnées par 2 ans de prison et 300 000 euros d'amende (article L. 131-2 du même code). Les avis négatifs publiés volontairement par des concurrents relèvent de la diffamation, de l'injure ou du dénigrement qui seront bien évidemment étudiés avec circonspection. ●*

# LE CHOCOLAT, DES FRANÇAIS CRÉE LE BUZZ MÊME AVANT LA SAINT-VALENTIN



**Pour la Saint-Valentin, l'entreprise le Chocolat des Français a décidé de miser sur l'originalité et la créativité.** Celle-ci a joué la carte de piment et a réussi son opération puisqu'elle s'est retrouvée en rupture de stock avant même la fête pour certains produits.

## UNE OPÉRATION DÉCALÉE QUI DÉNOTE AVEC LA CONCURRENCE

Si l'opération a réussi c'est d'abord parce qu'elle change de ce que pratique usuellement les chocolatiers pour la fête. En effet, si beaucoup ont misé sur l'amour, l'entreprise a décidé de prendre le contrepied en misant sur des visuels pour le moins suggestif et montrant la routine des couples. En l'occurrence, le chocolatier a basé sa communication sur des produits à base de gingembre, connu pour ses effets aphrodisiaques. Pour la fête des amoureux, une gamme spéciale en édition limitée d'une

tablette de chocolat au gingembre a donc été lancée avec des illustrations mêlant la dérision du quotidien des couples (la fameuse routine) et une ambiguïté sexuelle. Cette opération se voulait osée et son timing n'est clairement pas le fruit du hasard comme le souligne Paul-Henri Masson, co-fondateur du Chocolat des Français dont les paroles ont été rapportées par CBNews « À la Saint-Valentin, il est courant de voir des campagnes qui parlent d'amour avec beaucoup de bons sentiments et un peu mièvres. On voulait faire quelque chose de très français, plus axé sur la passion et le désir, tout en restant

# BUZZ MARKETING

*drôle et esthétique, dans l'ADN de notre marque* ». Il faut dire qu'il fallait faire fort pour se distinguer dans des campagnes plus que nombreuses pour l'occasion.

## CINQ ILLUSTRATIONS POUR CINQ ILLUSTRATEURS

Pour ce faire, l'agence de TBWA\Paris a été mise à contribution ainsi que cinq illustrateurs différents pour cinq visuels (fruits, fleur, cocktail, Tour Eiffel et bougie) pour le moins très colorés. Le message est donc clair : épicez votre soirée ! L'entreprise a fait appel pour l'occasion aux illustrateurs Simon Landrein, Anaïs Lefebvre, Paul Thurlby, Laurene Boglio Aurore Carric. La pertinence de

ces illustrations tient au fait qu'elles sont particulièrement dans l'air du temps puisqu'elles mettent en scène aussi bien des couples hétérosexuels qu'homosexuels et s'adressent globalement à tous les couples.

## VICTIME DE SON SUCCÈS

Si les tablettes étaient disponibles sur le site du Chocolat des Français ou encore dans leur boutique parisienne du 39 avenue de l'Opéra à Paris, l'entreprise a presque été « victime » de son succès, puisque la boutique a été littéralement dévalisée ce qui a obligé la société à répondre à des utilisateurs d'Instagram déçus se plaignant de la pénurie même avant ladite date :



### « Corbeille coquine »

Illustré par : *Simon Landrein*

*Une tablette à dévorer seul.e ou accompagn.e !*



### « Rose coquine »

Illustré par : *Anaïs Lefebvre*

*Mieux que des fleurs !*

« malheureusement les tablettes ont été victimes de leur succès » a ainsi répondu la marque. D'ailleurs certains produits ne sont plus disponibles même après la fête sur le site internet comme le cocktail ou la Tour Eiffel.

## LES ÉLÉMENTS DE LA RÉUSSITE DE CETTE CAMPAGNE

Si cette campagne a particulièrement réussi, c'est d'abord par son côté inclusif (même dans son graphisme), celle-ci ayant mêlé des couples qui ressemblent davantage aux Français, tout comme le « made in France » qui a été mis en exergue dans les illustrations .

Surtout cette campagne a particulièrement bien exploité le syndrome FOMO (« *Fear Of Missing Out* », « peur de rater quelque chose » en Français, ndr) avec une édition fortement limitée comme le montre la rupture de stockstock, une technique efficace qui pourrait donc inspirer ceux qui souhaitent faire le buzz. ●

Enfin et comme nous l'avons évoqué plus haut, l'originalité de la campagne et la beauté des visuels ont achevé de convaincre les plus réticents. Ils ont conquis les réseaux sociaux ainsi que les médias qui n'ont pas hésité à relayer l'information. Une campagne marketing bien menée qui vaut donc bien son buzz. ●



## « Bougie coquine »

Illustré par : Aurore Carric

*Un rendez-vous à la bougie pour les mordus du chocolat !*



# CAMAÏEU : BAD BUZZ SUR LES VIOLENCES FAITES AUX FEMMES ?

**Force est de constater qu'une même campagne peut avoir des succès différents selon les réseaux sociaux utilisés pour diffuser l'information.**

Camaïeu vient d'en faire l'expérience avec sa nouvelle campagne qui n'a pas rencontré le même succès sur Twitter, Instagram ou LinkedIn.

## UN ENGAGEMENT DE L'ENTREPRISE

Ce n'est pas la première fois que l'entreprise communique sur le sujet. Engagée depuis déjà cinq ans dans la lutte contre les violences faites aux femmes, l'entreprise signe une nouvelle campagne de Buzzman après celle d'octobre 2021 qui avait rencontré un succès quasi unanime. Cette première montrait des femmes dans des rôles professionnels comme pompier, sage-femme ou encore garagiste, pour ne citer qu'eux. Pour cette nouvelle campagne, si certains ont salué l'initiative sur certains réseaux sociaux, d'autres l'ont particulièrement mal accueillie. Une situation qui rappelle qu'un même message peut rencontrer un succès différent suivant le public et que certains sujets sont particulièrement sensibles.

## LE PRINCIPE DE LA CAMPAGNE

Le principe de la campagne était simple : maquiller les modèles avec des visuels montrant des femmes avec un œil au beurre noir, une lèvre fendue ou encore diverses ecchymoses sur le site e-commerce de l'enseigne. Cette campagne, qui était présente entre deux clichés classiques, interpelait clairement. Si on ne peut que saluer l'initiative dans sa

volonté de sensibiliser, son exécution a été accueillie de manière contrastée selon les internautes.

En l'occurrence, l'entreprise avait changé, dans certaines fiches produits, le prix par le numéro d'écoute et d'orientation 3919. Ce numéro destiné aux victimes (ou témoins) de violences permet de reverser une somme à l'association Solidarité Femmes Accueil (Solfa), qui se charge d'accompagner les femmes notamment victimes de violences ou en situation de précarité.

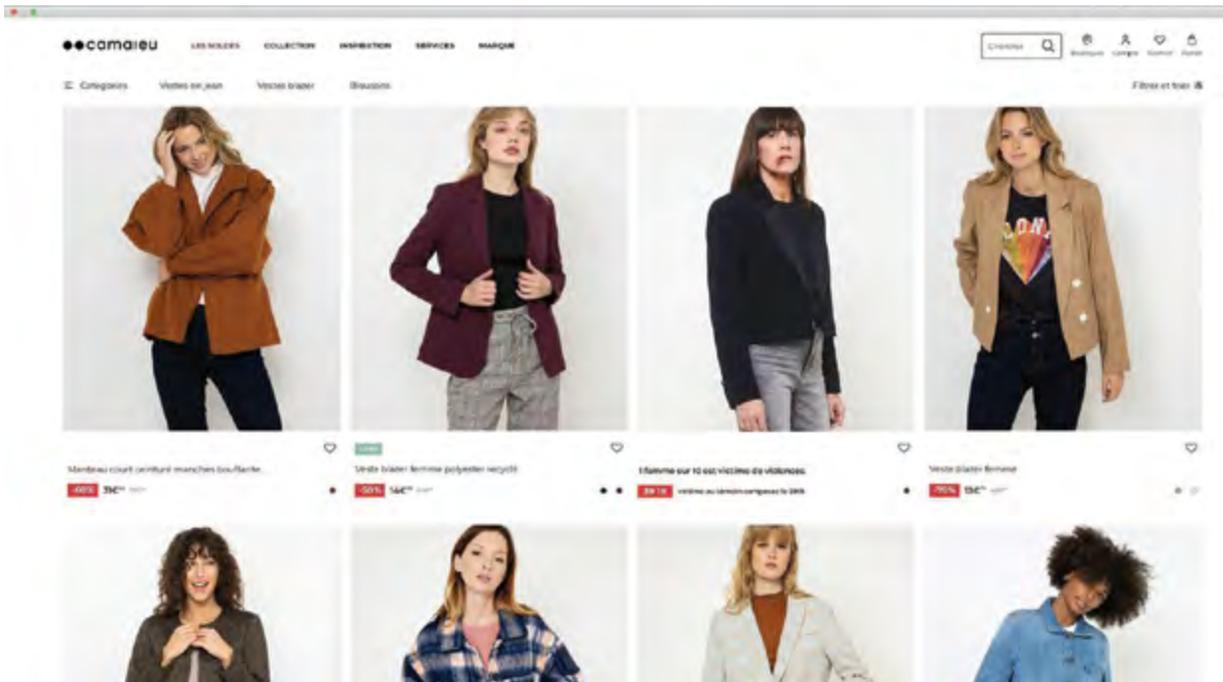


1 femme sur 10 est victime de violences.  
39 19 victime ou témoin composez le 3919.

## LES FONDEMENTS DE LA CRITIQUE

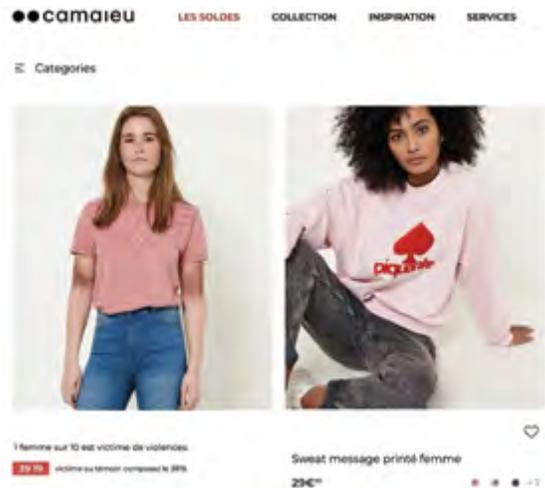
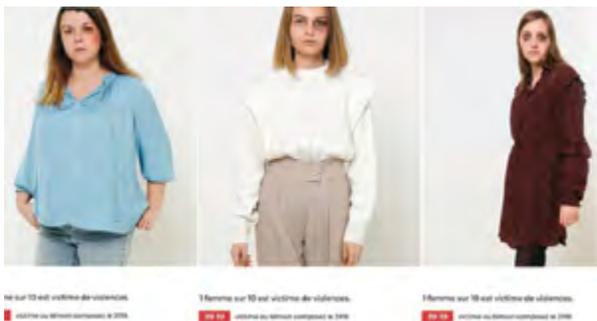
La première critique vient d'abord du fait que la cible du message n'est peut-être pas la bonne puisque ce sont les hommes qui auraient dû être les destinataires du message comme le montre la réaction de l'association de lutte contre le sexisme Les Lionnes « *C'est plutôt les hommes que vous devriez choquer et mettre face à leur responsabilité* » ou encore sur Twitter « *Vous entretenez le cliché de la femme battue* » avec pour seconde critique que

les violences demeurent souvent invisibles. Autre critique moins répandue mais que l'on pouvait voir sur la toile : celle d'une forme de « glamourisation » des violences.



## LA RÉACTION DE L'ENSEIGNE

L'entreprise s'est rapidement défendue de sa campagne par l'intermédiaire du Parisien et de sa directrice de la marque Véronique Bacquet : « *Ce n'est pas nous qui faisons notre publicité, c'est nous qui voulons faire la publicité du 3919* ». Pour répondre à la critique, celle-ci rappelle que l'audience de l'enseigne reste essentiellement féminine et qu'il aurait été difficile de s'adresser à une clientèle masculine qui ne constitue pas son audience « *Des gens nous ont dit qu'il fallait viser les hommes, mais notre audience est féminine : on se doit de les informer de ce numéro de téléphone* ». Quant à la critique sur la diversité des violences dont certaines ne sont pas représentées, la directrice de marque a également souhaité y répondre : « *Oui, il y a des violences psychologiques, sexuelles, économiques, administratives... Mais elles sont difficiles à montrer.* »



## DES RÉSULTATS TOUT DE MÊME PRÉSENTS

Malgré la critique dont chacun pourra se faire son idée, notons que l'objectif de cette campagne était de sensibiliser au numéro 3919 et que l'enseigne met en place d'autres moyens comme la présence sur les tickets de caisse du numéro ou encore l'arrondi en caisse au profit de l'association ainsi que le souligne Véronique Bacquet. « *Camaïeu est l'enseigne de prêt-à-porter féminin préférée des Françaises donc ça représente des millions de clientes qui peuvent voir le numéro 3919 sur les t-shirts des vendeuses dans nos 500 points de vente et sur tous les tickets de caisse* ». Autre résultat présent, la marque affirme avoir récolté 500 000 euros pour l'association Solfa. ●

## SHOPPING

### Après un an de rumeurs et de fuites, l'iPhone 13 a été officialisé en septembre dernier

**Le lancement de la série « iPhone 13 », iPhone 13, iPhone 13 mini, iPhone 13 Pro et iPhone 13 Pro Max, a eu lieu lors de la traditionnelle keynote de septembre 2021.** L'iPhone 13, est le modèle central de la

15<sup>e</sup> itération du smartphone d'Apple et le dernier modèle d'iPhone et compatible 5G. Les modèles de base des iPhone 13 et 13 mini sont disponibles en cinq couleurs : rose, bleu, minuit (noir), lumière stellaire (blanc) et Product Red. La série iPhone 13 Pro Max est équipée de nouveaux capteurs et objectifs adaptés aux trois caméras arrière. Il est optimisé pour fonctionner de manière transparente avec iOS 15 et est pris en charge par le nouveau processeur de signal d'image (ISP) dans l'A15 bionic pour améliorer le bruit et mappage des tons, la série est équipé d'un écran OLED de 6,1 pouces 60 Hz, d'un SoC Apple A15 Bionic compatible 5G (NR & Sub-6) et d'un double capteur photo de 12+12 mégapixels (grand-angle et ultra grand-angle) avec OIS. Les iPhone 13 Pro sont équipés d'un écran fréquence 120 Hz et la version Pro Max d'une capacité de stockage de 1 To.

iPhone 13 Mini : à partir de 809 euros

iPhone 13 : à partir de 909 euros

iPhone 13 Pro : à partir de 1159 euros

iPhone 13 Pro Max : à partir de 1259 euros. ●



### Bosch Spexor : un système d'alarme mobile qui analyse la qualité de l'air.

**Spexor est votre assistant de sécurité mobile pour la détection des cambriolages.** Il est Compact de 7 cm de diamètre et 11 cm de hauteur, son poids est très léger (350 g) et sans-fil. Sa batterie peut tenir jusqu'à 2 à 3 semaines en mode économie d'énergie. En cas de cambriolage, grâce à son détecteur de mouvement de rayon jusqu'à 5 m. Spexor surveille aussi la qualité de l'air dans son environnement et vous avertit lorsqu'elle se détériore. Ses capteurs de haute qualité assurent une détection fiable des intrusions, contrôlent la qualité de l'air intérieur, ainsi que la température et l'humidité. Grâce à la carte eSIM intégrée et à l'application gratuite sur votre smartphone, vous serez averti soit par une alarme discrète, soit par une forte sirène avec signal lumineux LED sur l'appareil lui-même. La détection de cambriolage une application gratuite pendant 12 mois, puis 11.99€ annuel à partir du 13<sup>e</sup> mois (optionnel). Vous pouvez tester les deux autres fonctions, qualité de l'air extérieur et la charge pollinique gratuitement et sans engagement pendant 14 jours. Ensuite, vous avez la possibilité d'ajouter l'affichage de la qualité de l'air extérieur pour seulement 14,99 €/an et l'affichage du taux de pollens pour seulement 0,99 €/an via un achat in-app. Pour la détection des gaz dangereux. Cette fonction est disponible à partir via votre application pour 19,99 €/an TTC. ●





## Le ZenBook 14 Oled : le premier ZenBook arborant le nouveau design

**Asus a dévoilé une version spatiale de son ZenBook 14.** Il ressemble à un vaisseau spatial, avec un petit écran OLED de 3,5 pouces sur sa coque externe, montrant des diverses animations sur le thème de l'espace. Sur tout le châssis, il y a des gravures liées à l'espace y compris du code Morse. Il est coloré avec une finition appelée « titane à gravité zéro » et la barre d'espace rouge foncé contient une jolie petite planète. Une partie du carton devienne un support pour l'ordinateur portable, qui permet à l'ordinateur portable de se lever et de s'incliner. La conception de ce modèle lui permet de résister à des températures allant de  $-24^{\circ}\text{C}$  à  $+61^{\circ}\text{C}$  et à des vibrations allant de 20 à 2 000 Hz tout en fonctionnant parfaitement. Il s'agit d'une dalle de 14 pouces au format 16:10 avec un taux de rafraîchissement de 90 Hz, affichant 2 880 x 1 800 pixels, un des processeurs Intel Serie H de 12<sup>e</sup> génération, jusqu'à 32 Go de RAM et jusqu'à 1 To de stockage SSD. Deux versions du ZenBook 14 Oled sont proposées : la première munie de processeurs Intel Core i5-1240P et i7-1260P (UX3402) accompagnés jusqu'à 16 Go de mémoire DDR5, la seconde, en AMD (UM3402), équipée de processeurs Ryzen 5 5625U et Ryzen 7 5825U avec 16 Go de mémoire DDR4 et deux ports USB-C à la place des Thunderbolt 4 de la version Intel. Il sera disponible au cours du 2<sup>e</sup> trimestre 2022 à partir de 1 499 €. ●

## JBL Live Pro 2 : des écouteurs true wireless dotés de la réduction de bruit active

**JBL profite du CES de Las Vegas pour présenter une nouvelle paire d'écouteurs sans fil intra-auriculaires, les JBL Live Pro 2.** Pour offrir une réduction de bruit efficace et une excellente qualité de captation de la voix lors des appels, les Live Pro 2 misent sur leurs 6 micros avec technologie d'isolation du bruit et du vent. Un simple geste suffira pour ajuster le niveau de réduction de bruit adaptative avec Smart Ambient. Ces écouteurs se caractérisent d'une autonomie de 10 heures pour les écouteurs et de 30 heures grâce à son boîtier de recharge. La recharge rapide de 15 minutes assure 4 heures d'écoute et il est compatible à la recharge sans fil Qi. Certifiés IPX5, les Live Pro 2 sont compatibles Google Fast Pair et peuvent être pilotés grâce à Alexa d'Amazon ou Google Assistant et il assure la fonction multipoints pour connexion simultanée à 2 appareils. Ces intras conservent le design à tige de leurs prédécesseurs, avec une surface tactile sur le dessus pour effectuer les différentes commandes. Les Live Pro 2 seront commercialisés au printemps 2022 au prix de 149 €. Plusieurs coloris sont proposés : bleu, noir ou blanc. ●



“  
L'optimisme  
est la  
*voie du succès.*  
Rien de grand ne  
se fait sans  
*espoir*  
ni *confiance.*”



Helen KELLER

“  
N'attends pas  
que les événements  
arrivent comme  
*tu le souhaites.*  
*Décide de vouloir*  
ce qui arrive et tu seras  
*heureux.*”

EPICÈTE

“  
Pour réaliser une chose *vraiment extraordinaire*, commencez  
par *la rêver.* Ensuite, *réveillez-vous calmement* et  
allez d'un *trait jusqu'au bout de votre rêve* sans jamais  
vous *laisser décourager.*”

Walt DISNEY



“  
Chaque fois que vous  
voyez une  
*entreprise qui réussit,*  
dites-vous que c'est parce  
qu'un jour  
quelqu'un a pris une  
*décision*  
*courageuse.*”



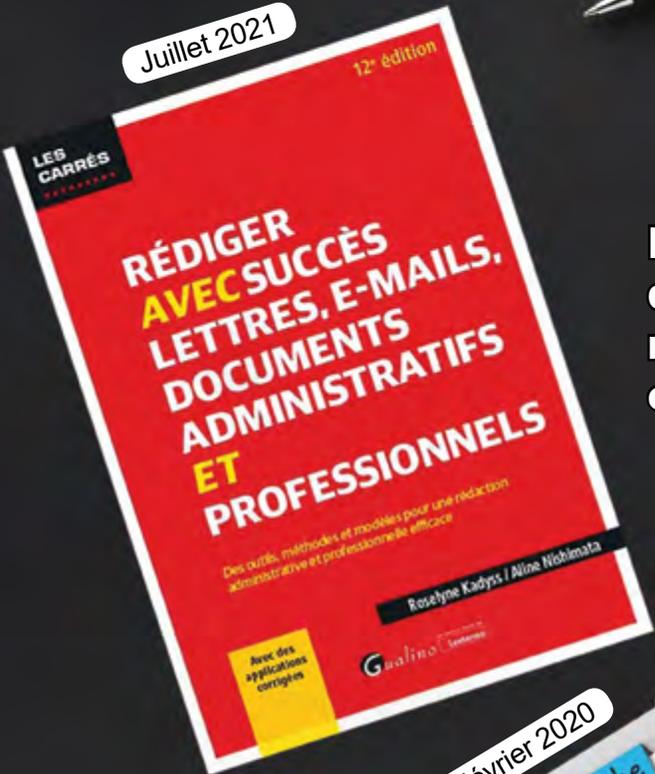
Peter DRUCKER

“  
Si vous avez  
*confiance*  
*en vous-même,*  
VOUS  
*inspirerez confiance*  
*aux autres.*”

Johann Wolfgang von GOETHE



Juillet 2021



**Des outils performants pour développer la crédibilité et la notoriété de l'entreprise et du chef d'entreprise.**

Février 2020



Août 2021

Février 2020

Août 2021

- 
- ✓ Facturation et relances clients en 1 clic
  - ✓ Faites votre compta sans être un expert
  - ✓ Accédez à vos documents et travaillez où que vous soyez

**Gagnez du temps**  
et concentrez-vous  
sur **l'essentiel**

**sage**

**Sage 50**

Contact : 01 55 26 33 00  
ou directement sur [www.ciel.com](http://www.ciel.com)