

Notre leitmotiv : *accélérer votre création de valeur*

Chers lecteurs,

Le rythme des mutations que nous vivons semble s'être encore accéléré. Nous nous faisons fort de prendre le temps de l'observation et de l'analyse pour décrypter les tendances à l'oeuvre. C'est dans ce but que nous agrégeons, pour vous, toutes nos publications récentes ainsi que le meilleur de ce que nous avons lu ailleurs ces dernières semaines...

Vous verrez aussi que, chez WillBe, les choses bougent !

Bonne lecture de la part de toute notre équipe WillBe Group

Actualités WillBe Group

WillBe Group s'engage face aux enjeux environnementaux

L'urgence climatique est aujourd'hui devenue un véritable «challenge» et appelle chacun à faire un pas vers une mobilisation concrète. Pour les entreprises, cela suppose d'agir avec une vision citoyenne et d'encourager les stratégies de développement respectueuses des enjeux environnementaux.

Cela fait 10 ans que WillBe Group s'est engagé, à travers sa filiale Dynergies, à participer de manière concrète à cette transition énergétique, en tant que producteur d'énergie d'origine renouvelable. Notre quatrième centrale solaire est en construction dans l'Hérault : elle permettra de couvrir la consommation d'énergie d'environ 500 foyers.

Malgré tous les aléas inhérents à ce type de projet, le chantier progresse à bon rythme, grâce à l'implication de Jean-Marc Loeser et Julien Zeller ainsi que de tous nos partenaires et sous-traitants. WillBe Group compense ainsi largement l'ensemble des émissions de carbone liées à ses activités !





Ce que nous devons à Clayton Christensen, théoricien majeur du management

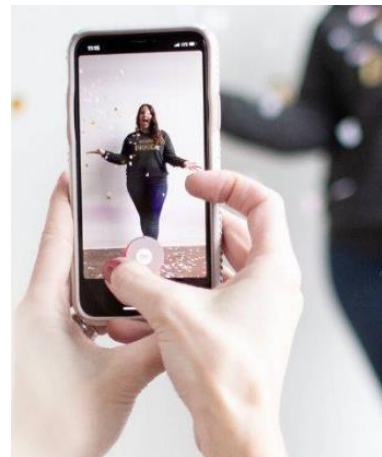
Clayton Christensen, grand penseur du management et de la stratégie vient de mourir. Philippe Silberzahn lui rend hommage sur son blog. « Ses travaux sont plus que jamais d'actualité. » On lui doit en particulier une réflexion inégalisée sur la notion de « rupture » (*disruption*), un changement profond dans un environnement qui redéfinit les règles du jeu pour tous les acteurs. Une rupture est davantage un processus qu'un événement. Par exemple, l'émergence du *low cost* dans le transport aérien a engendré un processus de rupture, qui a mis 15 ans à avoir un impact sur les compagnies aériennes classiques.

[Lire l'article](#)

Marketing

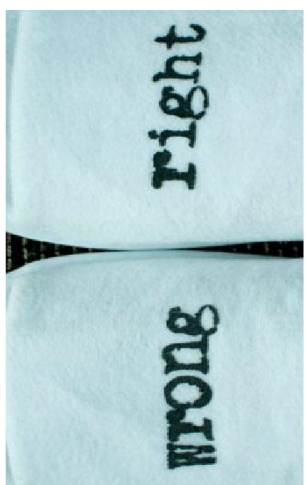
Marques : comment se lancer sur Tik Tok en quatre leçons

TikTok, c'est l'application dont on parle le plus depuis déjà plus d'un an. Depuis son lancement, elle enregistre plus de 1,5 milliard de téléchargements. Les annonceurs ne manquent d'y voir une opportunité. Mais la tâche peut leur sembler ardue. Cet article de L'ADN livre 4 conseils aux marques pour faire de la plateforme un levier : il faut lever les idées reçues (il n'y a pas que les adolescents sur TikTok !), être créatif mais savoir surfer sur les tendances lancées par les utilisateurs (memes et répétitions sont la norme), apprendre à s'inspirer des tiktokers les plus confirmés, et ne pas négliger le pouvoir de prescription de la plateforme :



[Lire l'article](#)

Transformation digitale



Quand la technologie impose de repenser l'éthique

Les développements techniques et les nouveaux usages liés aux technologies ont des implications stratégiques sur les entreprises, mais elles imposent aussi de repenser l'éthique : mettre en place un cadre réglementaire pour promouvoir une utilisation plus éthique des données, détecter (et neutraliser) les biais liés aux algorithmes, veiller à la protection de la vie privée...

Dans cet article de Harvard Business Review France, Rahaf Harfoush, anthropologue spécialiste des questions numériques, fait le point sur le sujet :

[Lire l'article](#)

Want to make your company more innovative ? Teach your staff to code

Comment transformer son entreprise quand son personnel n'a pas les compétences nécessaires ? Le marché de l'upskilling est un marché en forte croissance. « Les programmes de formation in-house deviennent de plus en plus courants, » explique Romain Paillard, fondateur et COO du Wagon, une école de code qui propose de plus en plus de formations dans les grandes entreprises. « Nous avons observé un changement d'attitude vis-à-vis des formations in-house. Cela fait désormais partie des stratégies RH pour augmenter la rétention du personnel, » peut-on lire dans cet article de *Sifted* (en anglais) :

[Lire l'article](#)



Management

Gouvernance, entrez dans l'ère de la raison d'être

Dans cette chronique d'experts de HBR France, Edgard Added présente la raison d'être comme un nouveau paradigme pour les entreprises alliant l'intérêt des actionnaires et l'intérêt du bien commun dans leurs statuts (Loi Pacte de mai 2019, décret d'application publié en janvier 2020). Les dirigeants d'entreprise sont soumis à une pression sociale, sociétale et humaine sans précédent, toutes les parties prenantes de l'entreprise aujourd'hui attendent des engagements forts en matière de raison d'être qui se traduisent dans sa gouvernance. La raison d'être apparaît dès lors comme une nécessité qui permet d'impliquer l'ensemble des collaborateurs pour créer un moteur d'intelligence collective et de performance durable. À découvrir dans cet article *HBR France*.

[Lire l'article](#)



Comment l'effet Hawthorne améliore la productivité de vos équipes

On le sait dans le monde de la physique : le simple fait d'observer un phénomène peut le changer. Ce qu'on appelle en physique « l'effet de l'observateur » est vrai aussi en sciences sociales et ... dans l'entreprise. L'effet Hawthorne désigne le fait que les résultats d'une expérience ne sont pas dus aux facteurs expérimentaux mais à la conscience qu'ont les sujets d'être observés. Il nous enseigne que «le plus important dans la productivité au travail, ce n'est pas la lumière, la hauteur du plafond ou le logiciel utilisé, mais les relations humaines qui forment le tissu professionnel. » À découvrir dans cet article *Welcome to the Jungle*.

[Lire l'article](#)



International



Why startups are relocating to Lisbon and what they are finding behind the hyper

La capitale portugaise a le vent en poupe. La ville est même devenue une destination de choix pour de nombreux travailleurs nomades des « classes créatives ». Elle est également prisée des entrepreneurs. Lisbonne n'est pas seulement une ville moins chère que les autres capitales européennes offrant un mode de vie agréable. Il s'y construit aussi un écosystème favorable à l'innovation, notamment parce qu'on peut facilement y recruter des gens talentueux.

Cet article de *Sifted* (en anglais) donne la parole à trois entrepreneurs qui ont fait le choix de s'installer à Lisbonne :

[Lire l'article](#)

Les succès qui nous inspirent

Travel tech startup Impala raises \$20m just four months after raising \$11m

La startup Impala vient de lever 20 millions de dollars en série B sur la base d'une promesse qui a de quoi inspirer les acteurs de l'hôtellerie. Chaque année 6,3 milliards de réservations sont faites (ce qui a engendré plus de 600 milliards de \$ de revenus en 2018), mais les solutions logicielles utilisées par les hôtels sont souvent obsolètes, et une partie significative de ces réservations se fait désormais via Booking ou Expedia. Réduire cette dépendance vis-à-vis des plateformes, c'est le souci principal du secteur. L'interface développée par Impala offre aux hôtels une solution nouvelle. À lire dans cet article *Sifted* (en anglais)



[Lire l'article](#)



La startup Faguo devient la première entreprise à mission de la mode

Alors que le secteur du textile est la deuxième industrie la plus polluante, l'entreprise de prêt-à-porter française créée en 2009, s'engage officiellement à devenir une entreprise à mission avec son concept « un article produit = un arbre planté ». Avec le décret d'application de la Loi PACTE publié début 2020, la startup devient la première entreprise de la mode à intégrer la lutte contre le réchauffement climatique dans ses statuts. Après avoir planté 1,5 million d'arbres majoritairement en France, Faguo concentre désormais ses efforts sur le « *made how* » avec des engagements sur le recyclage des matières et l'économie circulaire plutôt que le « *made in* ».

À lire dans cet article *Les Echos*.

[Lire l'article](#)

Masques, tests de diagnostic innovants, tenues de protection... Ces entreprises françaises qui profitent de la crise coronavirus.

A priori, l'épidémie de coronavirus coûte cher à l'économie mondiale, en plus de nous causer à tous beaucoup d'anxiété. Mais le malheur des uns fait les affaires des autres. En France, les fabricants de masques de protection croulent sous les demandes et ont dû accélérer leurs cadences de production. Un spécialiste du diagnostic a mis au point le premier test de détection du virus. L'entreprise Kolmi-Hopen dans le Maine-et-Loire produira cette année plus de 350 millions de protections pour le visage ! La cadence est d'autant plus accélérée que la Chine n'exporte plus aucun masque (pour conserver ses stocks pour sa propre population).

À lire dans cet article de *L'Usine Nouvelle* :

[Lire l'article](#)

