

**BIENVENUE
DANS
LA NEXT
ECONOMY**



INSTITUTE
DIGITAL THINK TANK



INSTITUTE



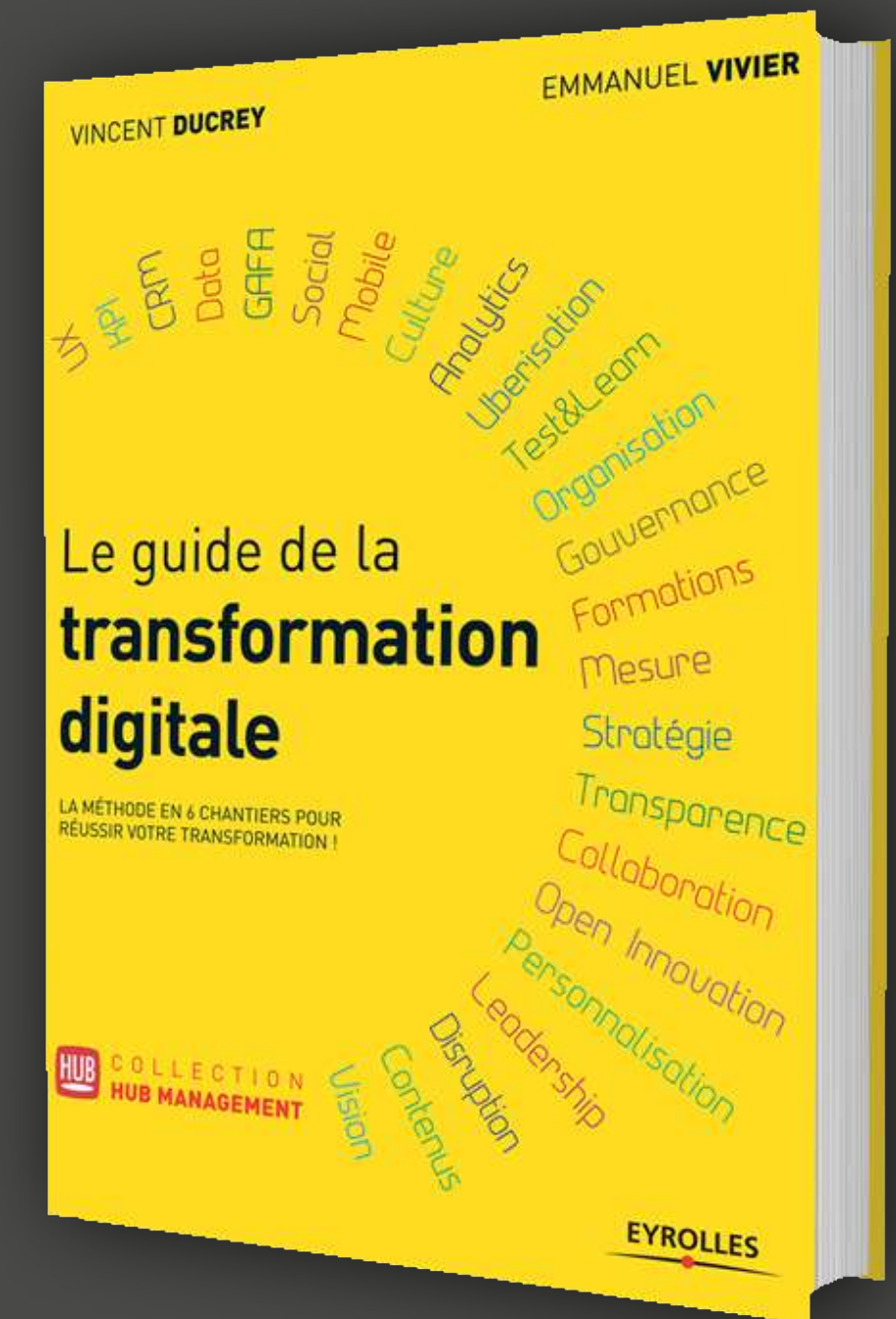
EMMANUEL VIVIER

CO-FONDATEUR- HUB INSTITUTE

EMMANUEL.VIVIER@HUBINSTITUTE.COM



[/EMMANUELVIVIER/](#)



ACCELERATE YOUR DIGITAL TRANSFORMATION

CONFERENCES

50

CONFÉRENCES,
DÎNERS, WEBINARS

INSIGHTS

15

RAPPORTS D'EXPERTS

FORMATIONS

10 000

DÉCIDEURS FORMÉS

MEMBERSHIP

120

MARQUES MEMBRES

HUB LAB

150

ÉVÉNEMENTS

4

HUB THÉMATIQUES

HUB INSTITUTE
DIGITALBUSINESS

HUB INSTITUTE
DIGITALHEALTH

HUB INSTITUTE
MANAGEMENT/RH

HUB INSTITUTE
SUSTAINABLE

0

COVID-19 : LA FIN DU MONDE?

LE COVID19, SIGNIFIE-T-IL LA **FIN DU MONDE?**



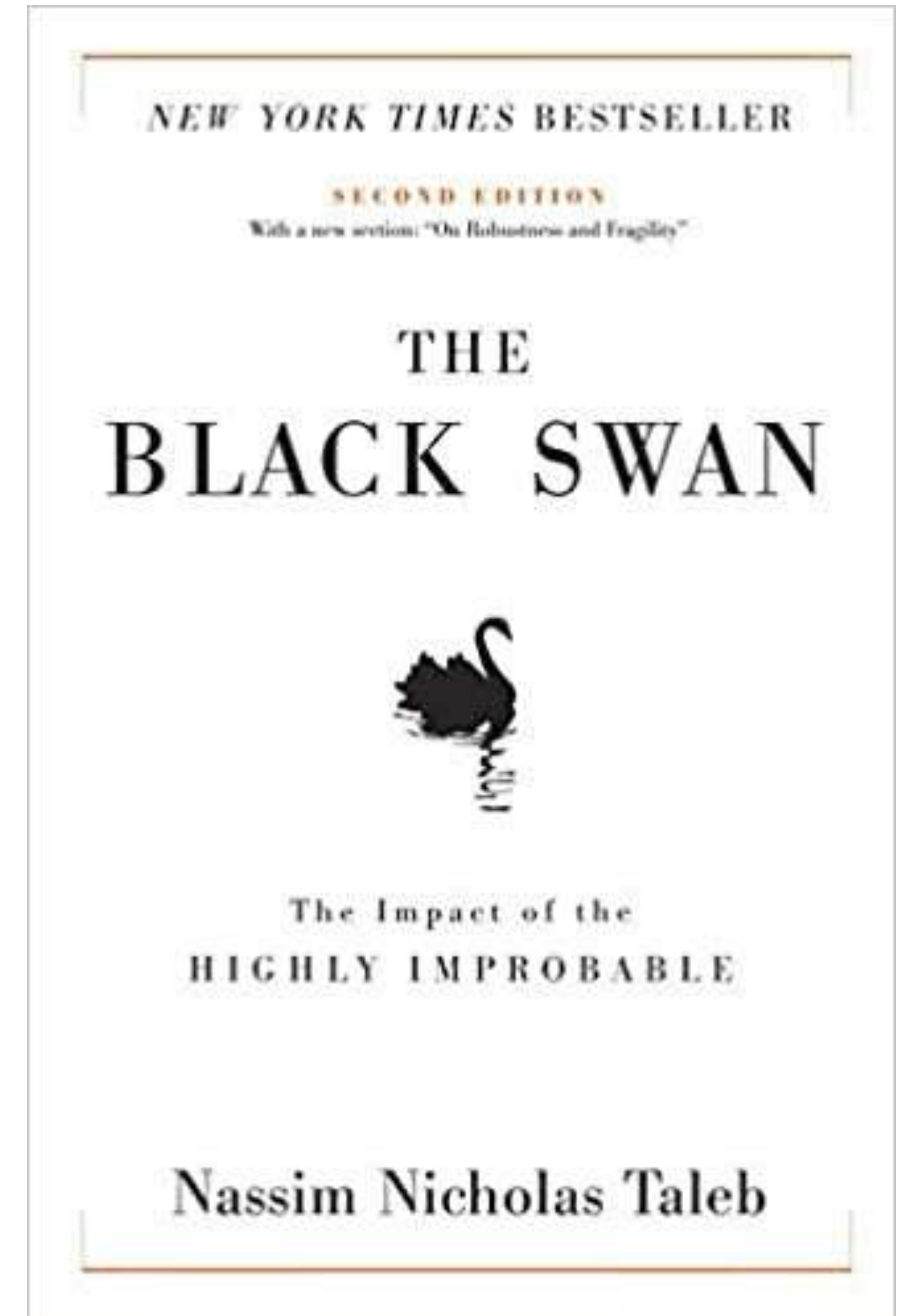
LE COVID-19 EST UN VÉRITABLE **CYGNE NOIR**

Un événement “Cygne Noir” :

- est inattendu
- a un impact majeur
- est rationalisé par le recul après l'événement comme si il avait été probable



Exemples : 11 septembre, Internet, Première Guerre mondiale, etc.



UNE DISRUPTION SANITAIRE & ÉCONOMIQUE

[Mis à jour le 7 mai 2020 à 17h36] Plus de 3,8 millions de personnes ont été testées positives au coronavirus depuis le début de l'épidémie apparue en Chine en décembre dernier, dont plus de 265 000 sont décédées des suites de la maladie. Les États-Unis sont le pays le plus sévèrement touché par le Covid-19, avec près de 75 000 morts, puis suivent le Royaume-Uni (plus de 30 000 victimes), l'Italie (29 000 décès), l'Espagne (plus de 25 000 morts) et la France (plus de 25 000 décès).

La faillite menace 436 millions d'entreprises dans le monde

Par Antonio Gordo | Europe | translated by Morgane Deby

4 May 2020



La crise a eu des répercussions particulièrement négatives sur l'économie informelle, dont dépendent plus de la moitié des travailleurs dans le monde. [EPA-EFE/ANDREA FASANI]

Langues : Spanish



Plus de 436 millions d'entreprises risquent de devoir cesser leurs activités en raison de la crise actuelle, selon l'Organisation internationale du travail. L'Europe serait la deuxième région la plus touchée après les Amériques.

Selon le [troisième rapport de l'OIT](#) sur les effets de la pandémie sur le marché du travail, environ 232 millions de commerces de gros et de détail, 111 millions d'entreprises dans l'industrie manufacturière, 51 millions dans l'hôtellerie et 42 millions dans les autres activités commerciales, dont l'immobilier, sont en difficulté.

UNE DISRUPTION ÉCONOMIQUE : MÊME POUR LE LUXE

« THE WORST YEAR IN THE HISTORY OF MODERN LUXURY »

- 600 MILLIARDS DE DOLLARS

COVID-19 has brought a hammer down the luxury industry; Boston Consulting Group estimates a \$600 billion decline in sales for 2020 worldwide. For most people, a luxury wristwatch purchase has to wait, while for some, this may be the best time to buy one.

The BoF Podcast: Luca Solca on 'The Worst Year in the History of Modern Luxury'

LA THEORIE DU REPORT PERDU ?

A former LVMH exec says the coronavirus outbreak is a 'disaster' for luxury brands as Chinese tourism evaporates

"The problem with luxury is that if you don't buy it in a given quarter, it's not like you come back and all of a sudden there's excess demand the next quarter... you're not going to get the sales back," Brown told Yahoo Finance.

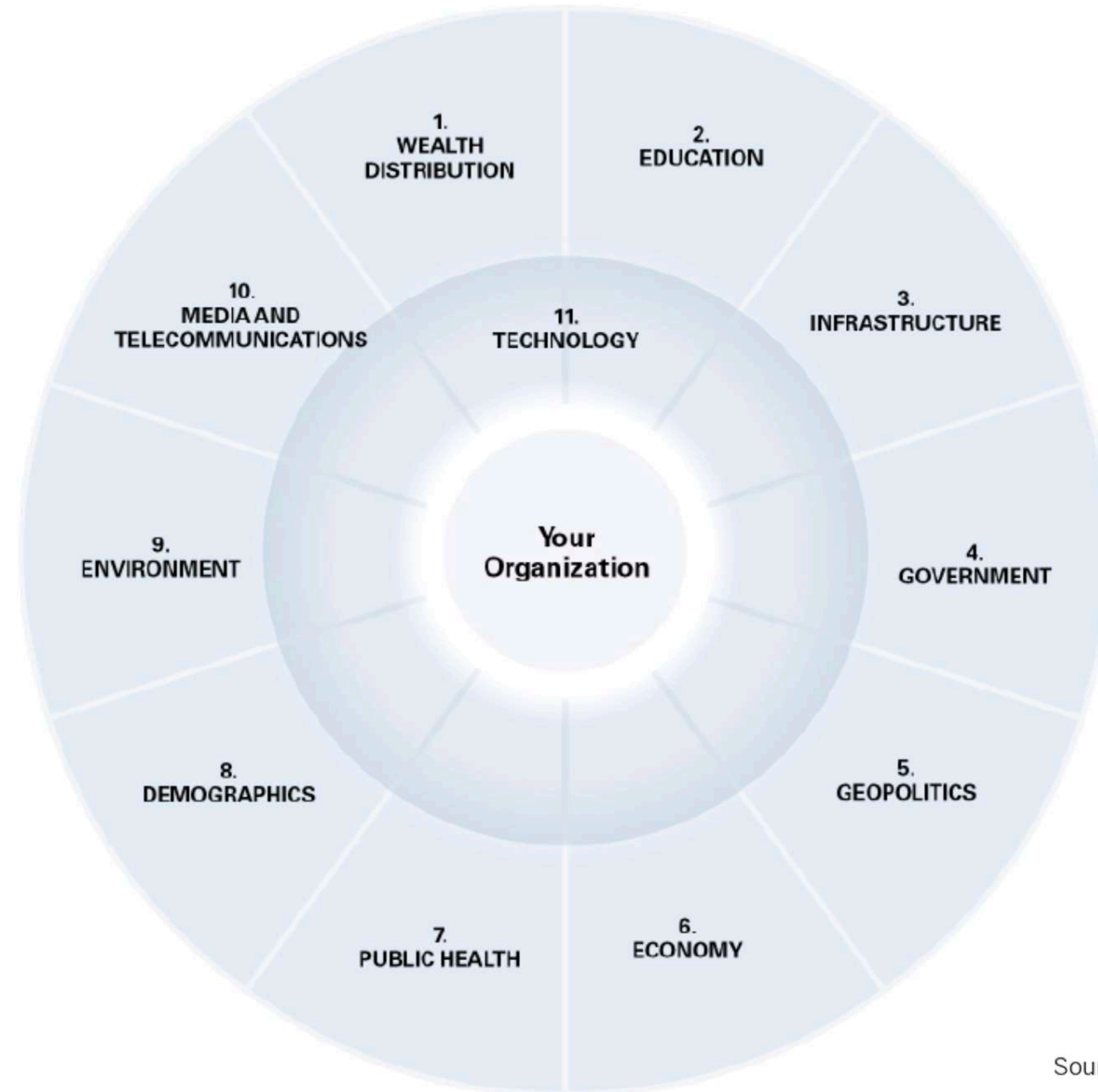
LE LUXE A PERDU UN QUART DE SA VALEUR

SECTORIELLEMENT, LE TRANSPORT AÉRIEN A PERDU LA MOITIÉ DE SA VALEUR ET LE LUXE UN QUART

SÉBASTIEN LACROIX
Directeur associé
senior chez
McKinsey
LesEchos

DARK
PLANNING
PARIS
SCHOOL
OF LUXURY

LE COVID-19 N'EST QU'UNE DISRUPTION DE PLUS



Source: "The 11 Sources of Disruption Every Company Must Monitor"
By Amy Webb, *MIT Sloan Management Review*, March 2020
sloanreview.mit.edu/x/61309

UNE DISRUPTION QUI **AMPLIFIE ET ACCÉLÈRE** 3 AUTRES PHÉNOMÈNES

UNE DISRUPTION **SANITAIRE & ÉCONOMIQUE**

+

DISRUPTION **DIGITALE**

- Ruptures technologiques (IA, Data, mobile, **ecommerce...**)
- Nouveaux usages/ attentes
- Concurrence startups
- Concurrence GAFAs

+

DISRUPTION **DURABLE**

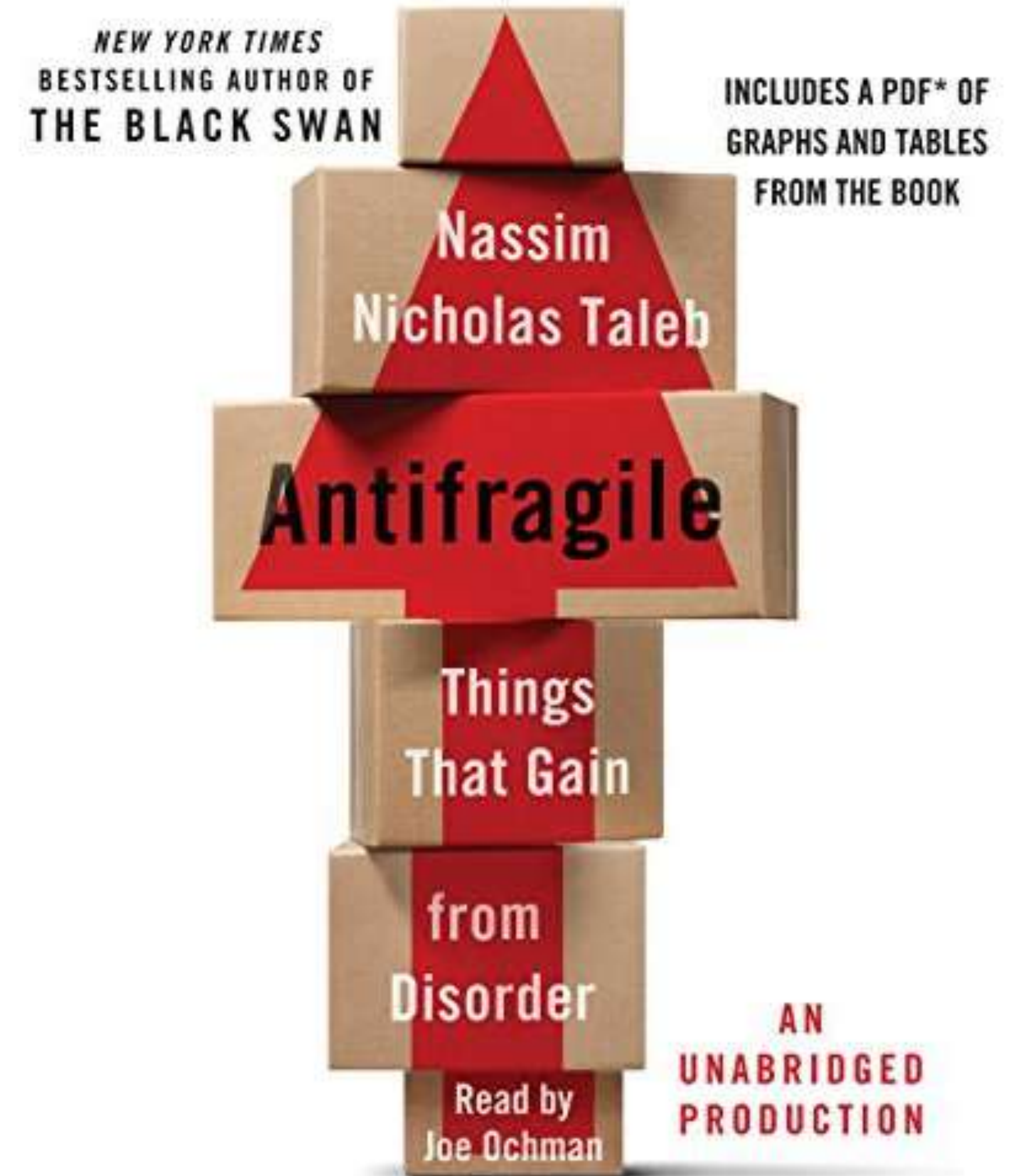
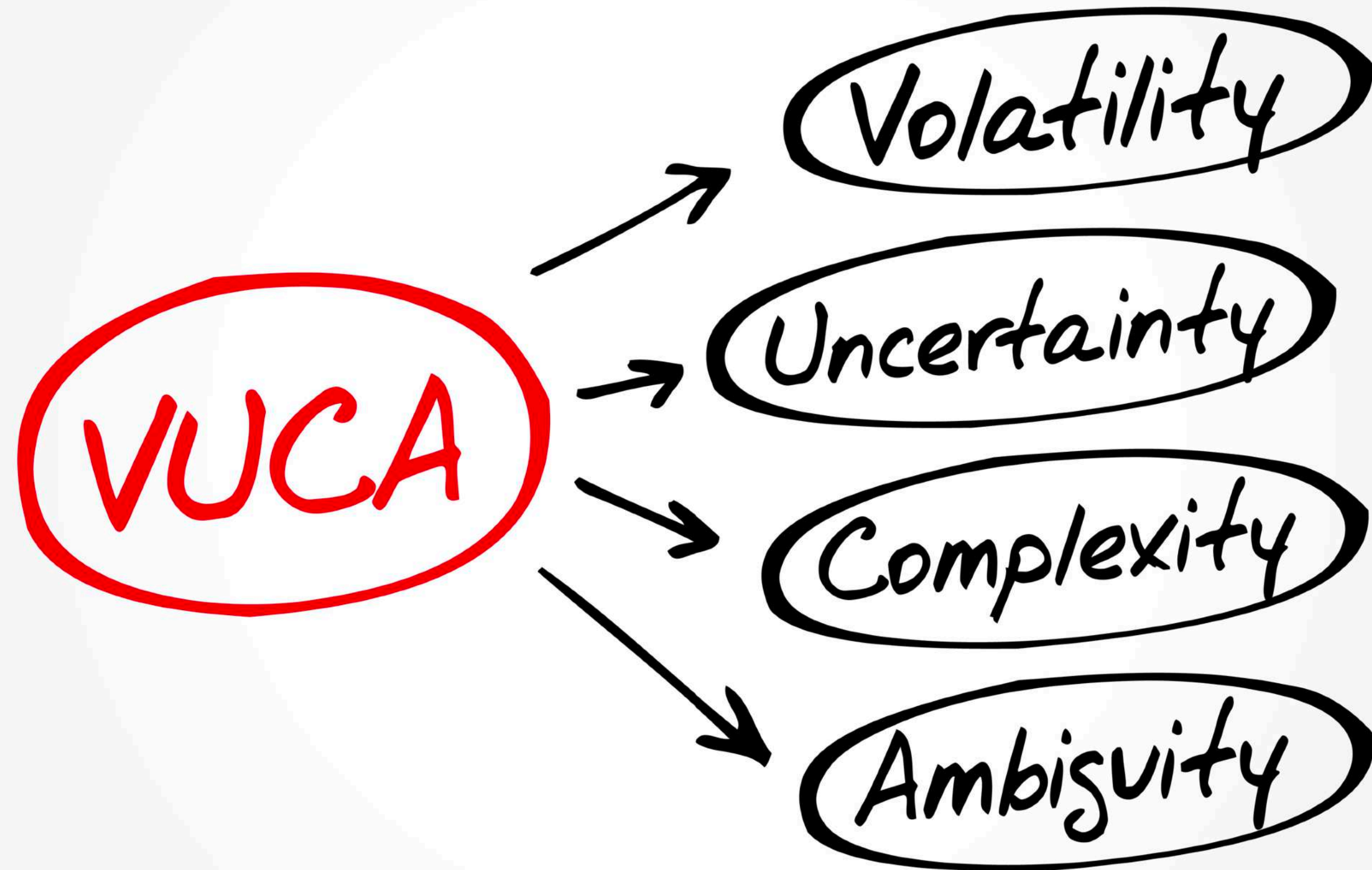
- Transparence & Respect
- Environnementale & Durable
- Sociale & Inclusive
- De la RSE à l'impact positif

+

DISRUPTION **SENS**

- Raison d'être (Purpose)
- Impact et pas juste profit
- Valeurs & Preuves
- Cohérence Éthique

UN MONDE VUCA OÙ LES DISRUPTIONS DEVIENNENT LA NORME > DEVENIR ANTIFRAGILE



2

NEXT ECONOMY

**ANTICIPER 4 TRANSFORMATIONS
BUSINESS À LONG TERME**

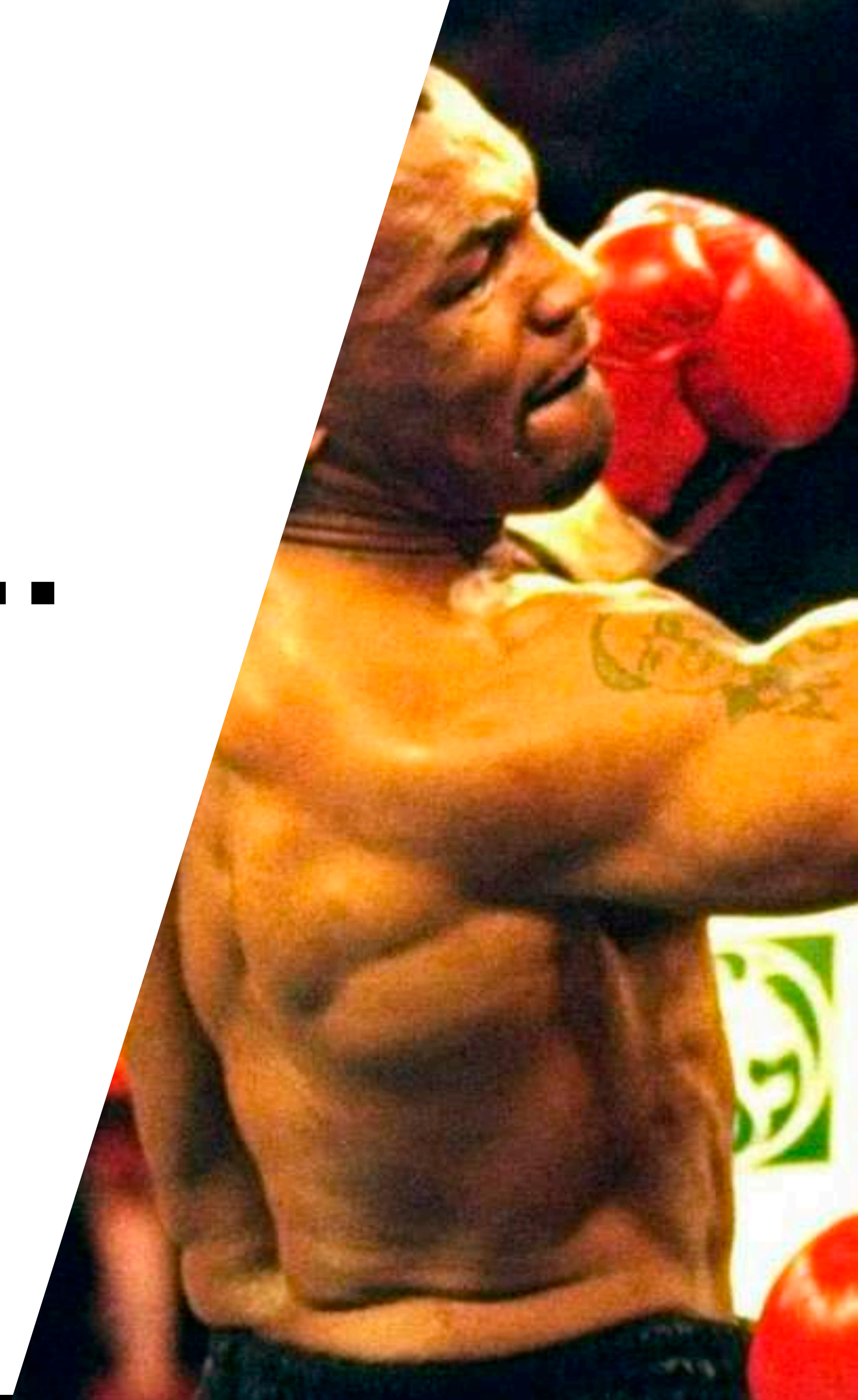
//

**SELON VOUS,
COMMENT VA ÊTRE LE CHANGEMENT
SUITE AU COVID?
... EN 1 MOT**

//

**SI LE MONDE ET VOS
CLIENTS CHANGENT
PLUS VITE QUE VOUS ...**

**VOUS NE POURREZ
PLUS ÊTRE UN
LEADER...**



LE CHOC DU XXIÈME SIÈCLE EST EN PLACE



NEW
ECONOMY

DIGITAL

NEXT
economy

DIGITAL + DURABLE + HUMAIN + SANTÉ

NEXT ECONOMY =

4 TRANSFORMATIONS

SANITAIRE

TRAVAIL

DIGITALE

DURABLE

DANS UN CONTEXTE DE RISQUES MULTIPLES

3

UNE TRANSFORMATION SANITAIRE

UNE TRANSFORMATION VERS UNE SOCIÉTÉ + HYGIÉNISTE

UN NOUVEAU RAPPORT À L'HYGIÈNE, AU BIEN-ÊTRE, ET LA SANTÉ

HYGIÈNE & SÉCURITÉ

- Distanciation sociale
- Méfiance des regroupements
- Attention personnelle et pro à l'hygiène et aux gestes
- Achat online et télétravail pour réduire les risques
- Je contrôle la provenance
- Repenser tout les pratiques shopping

WELLNESS

- Activité Physique
- Bien-être mental et psychologique
- Développement personnel

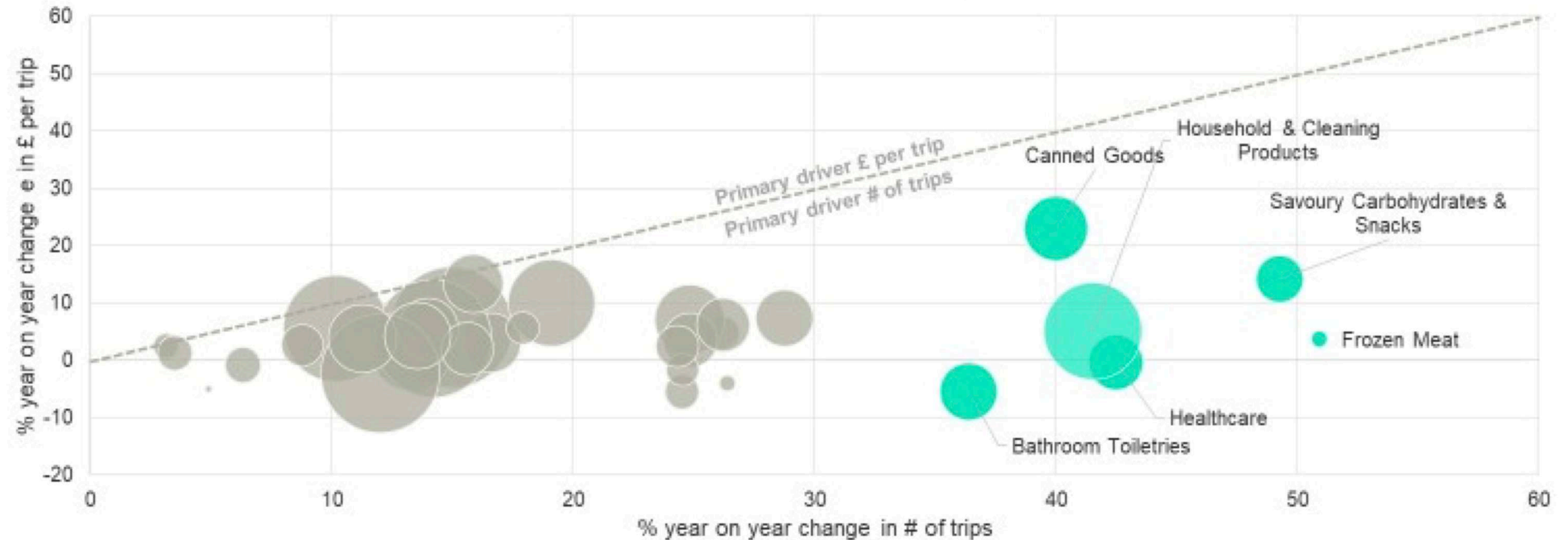
SANTÉ

- Prévention vs focus soin
- Recherche d'information
- Capteur et wearable
- AI & Data
- Télémédecine

SÉCURITÉ : LA CONSO DES PRODUITS D'HYGIÈNE / D'ENTRETIEN A EXPLOSÉ

Presence in more baskets is the primary growth driver for all market sectors.

Total FMCG – Market Sectors – Year on year growth in # of trips vs. year on year growth in spend per trip



SÉCURITÉ : ADAPTER SES SERVICES POUR RASSURER



THE MALL GROUP NEW NORMAL #ANTICOVID19



SÉCURITÉ : ADAPTER SES SERVICES POUR RASSURER

CERTAINS MAGASINS PENSENT À SE DÉGAGER DE TOUTE RESPONSABILITÉ



LAW

You Might Soon Have to Sign a Waiver Before Shopping, as Companies Mull COVID-19 Liability

June 8, 2020 - ByTFL



Image: Unsplash

Imagine this: your state or city has allowed retail outlets to re-open, and you venture out to engage in some long overdue “revenge spending.” After waiting months to try on clothing for summer, you arrive at your favorite store, shopping starved as a result of the quarantine, and are met with a document that you have to sign before any consumption can commence. The waiver essentially mirrors one that might sign before going skydiving, instead of signing away any rights to sue if you injure yourself (or die) while jumping out of an airplane, you are giving up rights to initiate litigation if you contract COVID-19 while you are browsing dresses. If such a waiver sounds utterly unrealistic, think again.

Now that many non-essential businesses – from salons and gyms to apparel retailers – across the country are reopening

SÉCURITÉ : ADAPTER SES SERVICES POUR RASSURER

MICRASHELL PERSONAL PROTECTIVE EQUIPMENT (PPE) POUR LE CLUBBING : VERS DES TEXTILES PROTECTEURS?

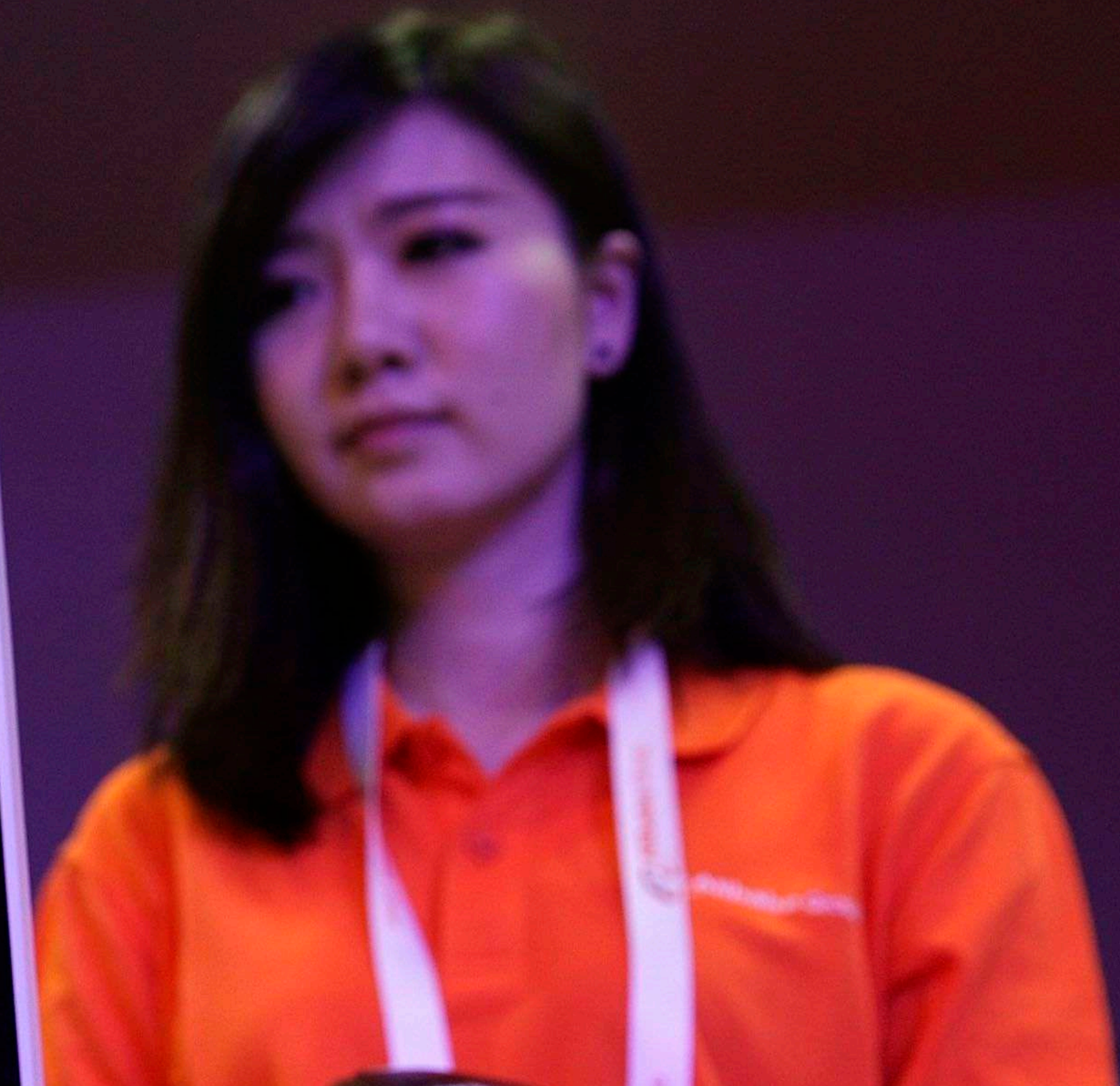


SÉCURITÉ : ADAPTER SES SERVICES POUR RASSURER

CARREFOUR POLOGNE A LANCÉ DÈS 2017 DES CHEMISES POUR PROTÉGER SES EMPLOYÉS DES VIRUS/ BACTÉRIES



LOW TOUCH ECONOMY : EX PAIEMENT SANS CONTACT CHEZ HEMA (ALIBABA)



a and
that
lood
many
d to
ates
er is
tch
sed
on-
ing

LOW TOUCH ECONOMY : VERS DES MAGASINS AUTONOMES?



LOW TOUCH ECONOMY : LE RETOUR DES DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES

UN BON MOYEN DE RESTER DISPONIBLE 24/24 7/7 IN REAL LIFE



CHOCOLAT NESTLÉ (BRÉSIL)



FARMERS LOCKER TO CONSUMERS

AVEC LE COVID19 : TOUT LE “DIGITAL IN STORE” EST À REPENSER

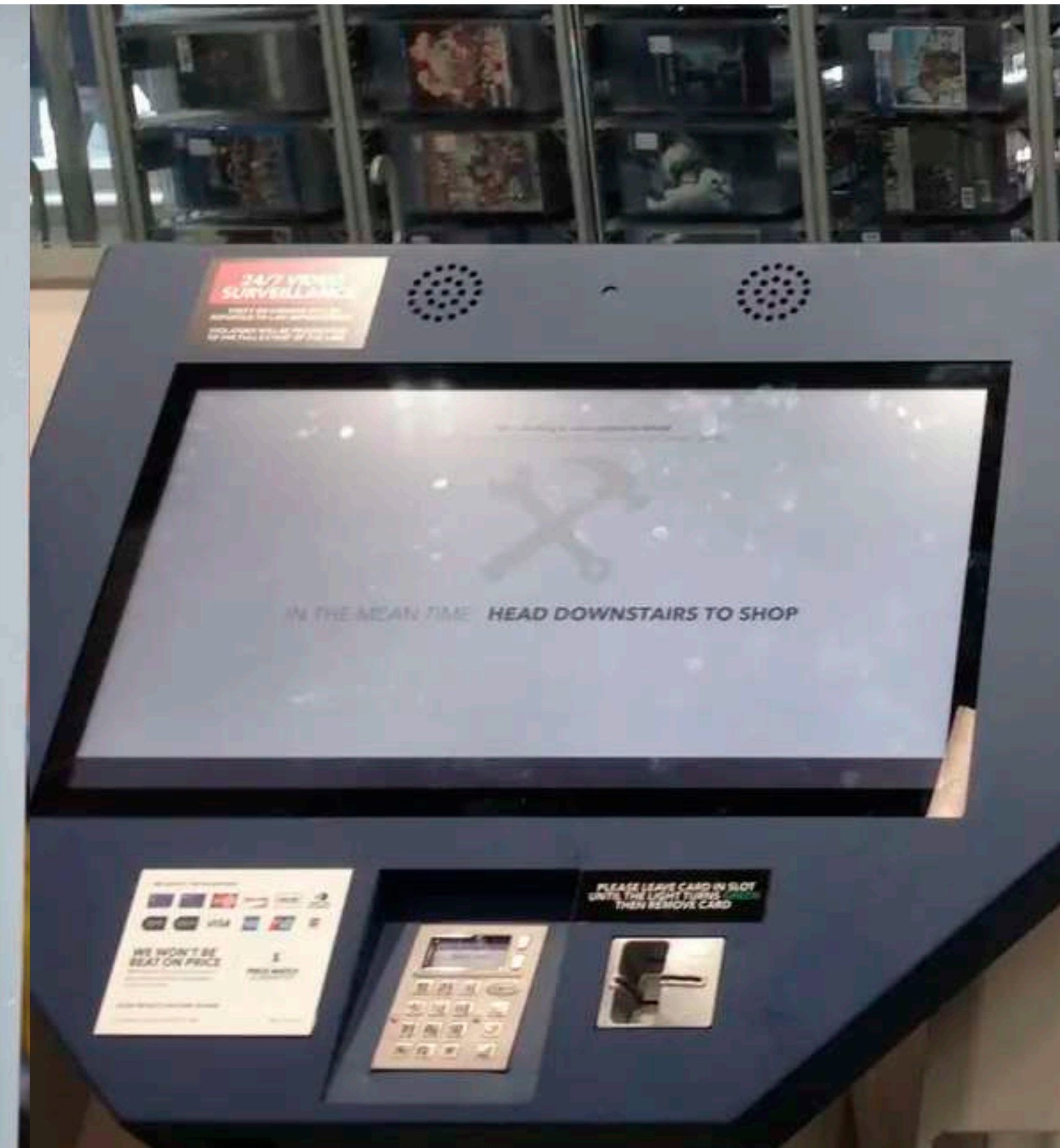
LES ROBOTS? SOUVENT LIMITÉS POUR L'INSTANT



LES HOLOGRAMMES VOCAUX NE FONCTIONNENT PAS DANS DES MAGASINS BRUYANTS



LES ÉCRANS TACTILES = DES REPOUSSOIRS?



LOW TOUCH ECONOMY : VERS LE COMMERCE AUTONOME

VERS LA LIVRAISON AUTONOME ET POURQUOI PAS DES MAGASINS QUI SE DÉPLACENT...



UDI



NURO'S R1 & DOMINO'S PIZZA

LOW TOUCH ECONOMY : VERS LE COMMERCE AUTONOME

VERS LA LIVRAISON AUTONOMES ET POURQUOI PAS DES MAGASINS QUI SE DÉPLACENT...



ZIPLINE (INDE & RWANDA)



GOOGLE WING & WALGREENS

SÉCURITÉ : ADAPTER SES SERVICES POUR RASSURER

STELLA MCCARTNEY OUVRE UN MAGASIN AVEC L'AIR LE PLUS PUR DE LONDRES



SÉCURITÉ : ADAPTER SES SERVICES POUR RASSURER

LE MALL HANWHA GALLERIA (CORÉE DU SUD) CHANGE DE COULEUR SELON LA POLLUTION

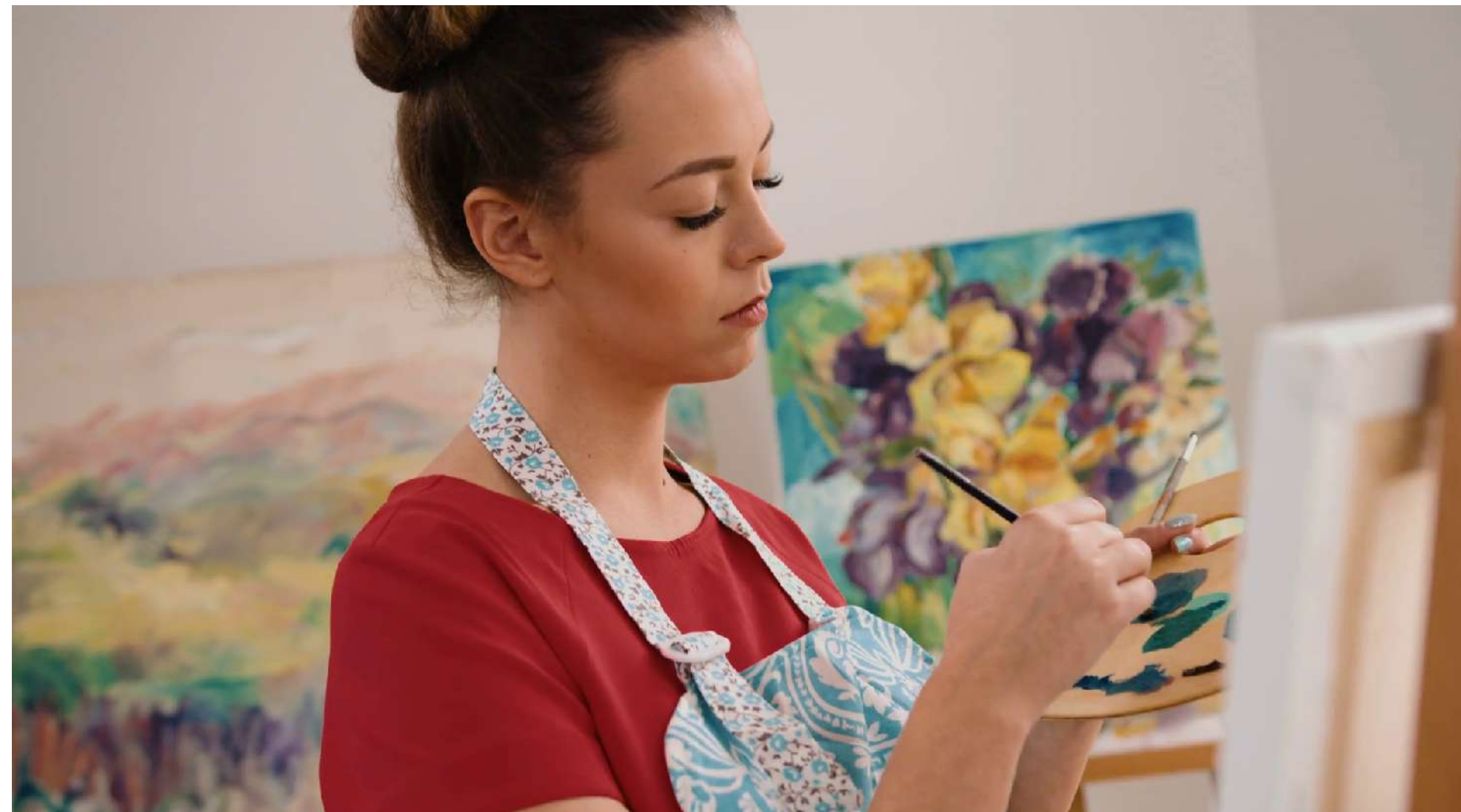


BIEN-ÊTRE : DE L'INTROVERSION AU DÉVELOPPEMENT PERSONNEL



EN BAISSÉ ▼

- Les sorties
- Repas aux restaurants
- Cinéma
- Spectacles
- Concerts
- Le sport en salle
- Les magasins

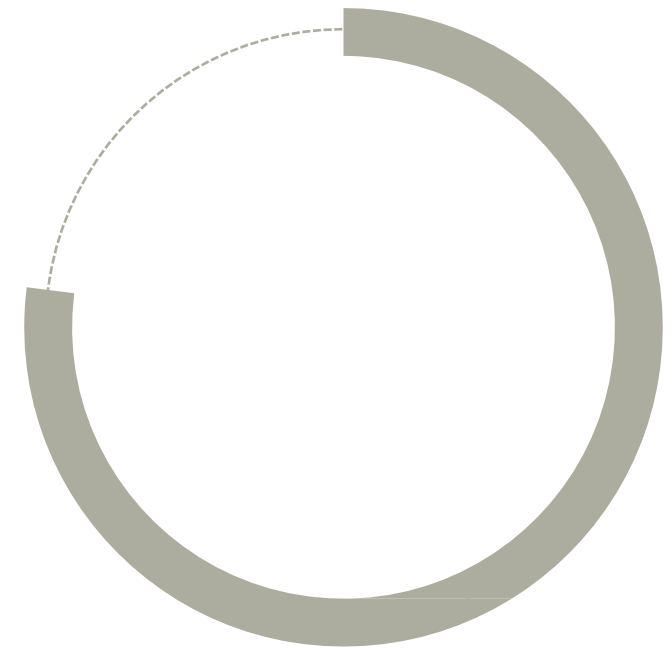


EN HAUSSE ▲

- Méditation
- Yoga
- Lecture
- Cuisine à la maison
- Couture
- Bricolage
- Le E-commerce
- Jeux vidéos

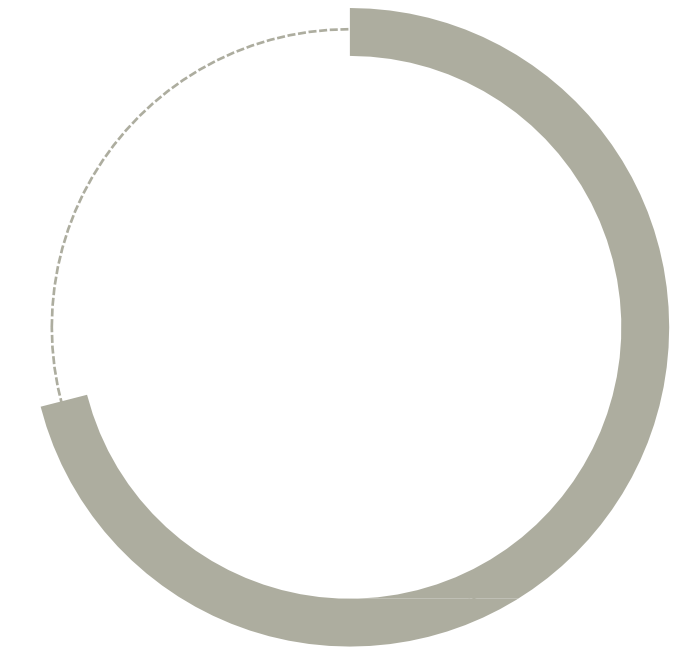
LA CRAINTE D'ATTRAPER LE CORONAVIRUS RESTE TRÈS PRÉGNANTE...

77%



des Français déclarent
avoir **peur d'attraper
le coronavirus**
(ou qu'un membre de
leur famille ne l'attrape)

71%



des Français pensent que
dans les prochains mois, la
France fera face à une 2^{ème}
vague d'épidémie qui conduira
à un **nouveau confinement**

LA CRAINTE D'ATTRAPER LE CORONAVIRUS RESTE TRÈS PRÉGNANTE...



des Français déclarent
appliquer strictement les
recommandations sanitaires
qui accompagnent le
déconfinement



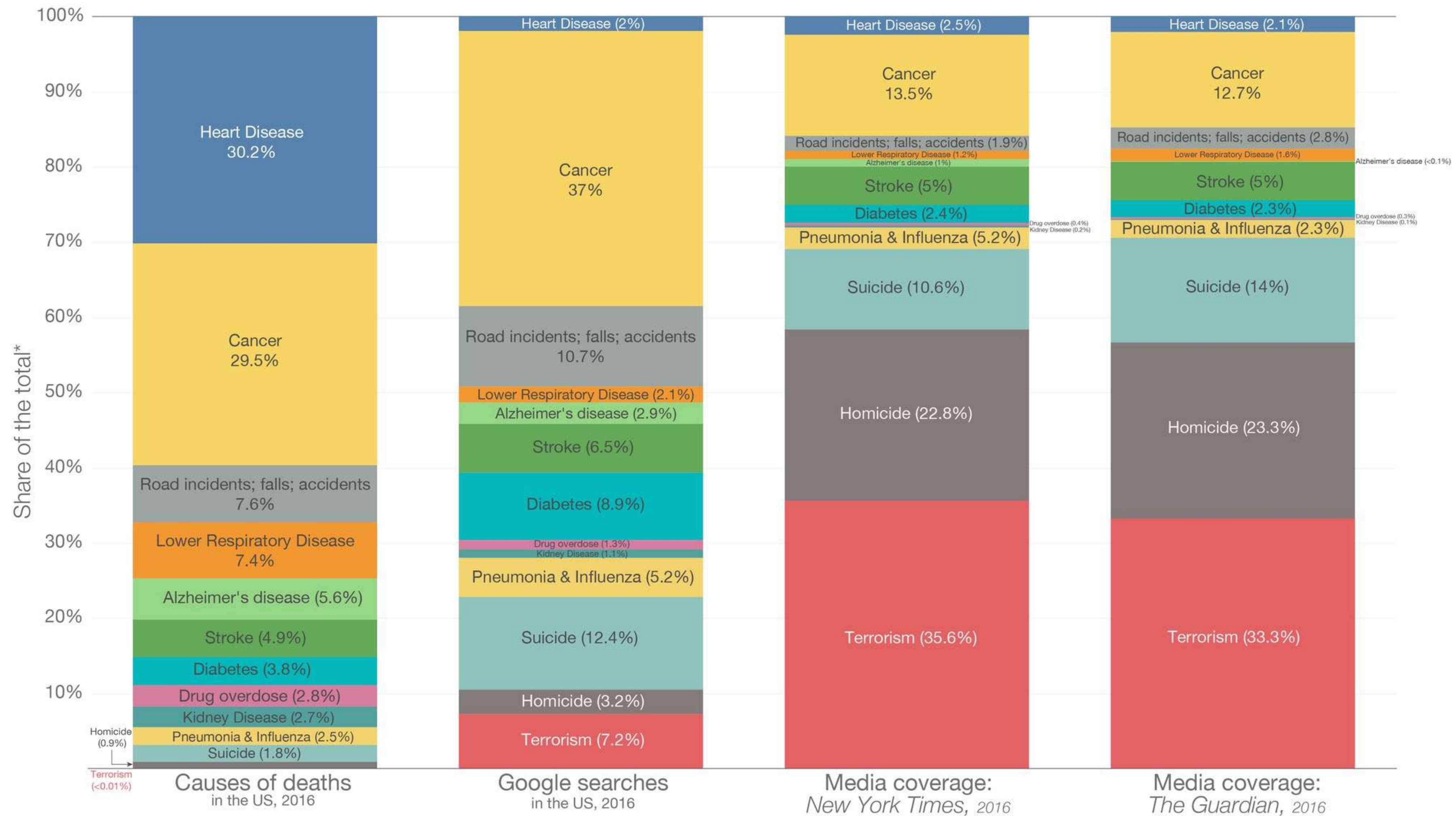
estiment que
les autres le
font également

EN MÊME TEMPS, NOTRE PERCEPTION EN MATIÈRE DE SANTÉ EST CONFUSE

Causes of death in the US



What Americans die from, what they search on Google, and what the media reports on



FAIRE PREUVE DE BIENVEILLANCE ET DE PRÉVENANCE

 **Beatrice Mandine** 
@BeaMandine 

Parce que la télévision reste le média préféré de nos aînés, @orange offre son espace publicitaire avec la campagne #OnResteEnsemble : envoyer son message vidéo à ceux que nous aimons pour qu'il soit diffusé dans un spot publicitaire. on-reste-ensemble.fr #RestezChezVous



♥ 392 08:57 - 10 avr. 2020 · Paris, France 

💬 217 personnes parlent à ce sujet >

TV : Orange relaye vos messages vidéos pour vos grands-parents pendant la publicité



4

UNE TRANSFORMATION DU TRAVAIL

IL EST INDISPENSABLE DE REPENSER L'ORGANISATION DANS UN MONDE VUCA



V U C A

VOLATILITY UNCERTAINTY COMPLEXITY AMBIGUITY

NE VOUS ATTENDEZ PAS À UN RETOUR À LA NORMALE DE SI TÔT

New habits & behaviors will stick.

- Remote working
- Mixed work/life balance
- Access to e-commerce & logistics
- E-health
- ...

Bottom Up Embraced

Both people and organizations will discover the benefits of a new way of living and working, challenging traditional business and lifestyle norms.

Our identity is more than our job

For many, their profession and role is a significant part of who they are. Mixing work and private life **debunks this superficial layer**. Only now many are getting to know their colleagues at a deeper level, 1 live stream from their bedroom at a time.

**UNE RECHERCHE DE SENS
QUI VA S'ACCENTUER
DANS ET AU-DELÀ DU TRAVAIL**

EN CAS DE CRISE, TAILLE = LENTEUR = DANGER

Les espèces qui survivent
Ne sont pas les espèces les plus fortes
Ni les plus intelligentes,
Mais celles qui s'adaptent
Le mieux aux changements.

Charles Darwin

EX AIRBNB, BEST BUY VS L'EXCEPTION AMAZON

Le Monde

E. VIVIER

ÉCONOMIE • ENTREPRISES

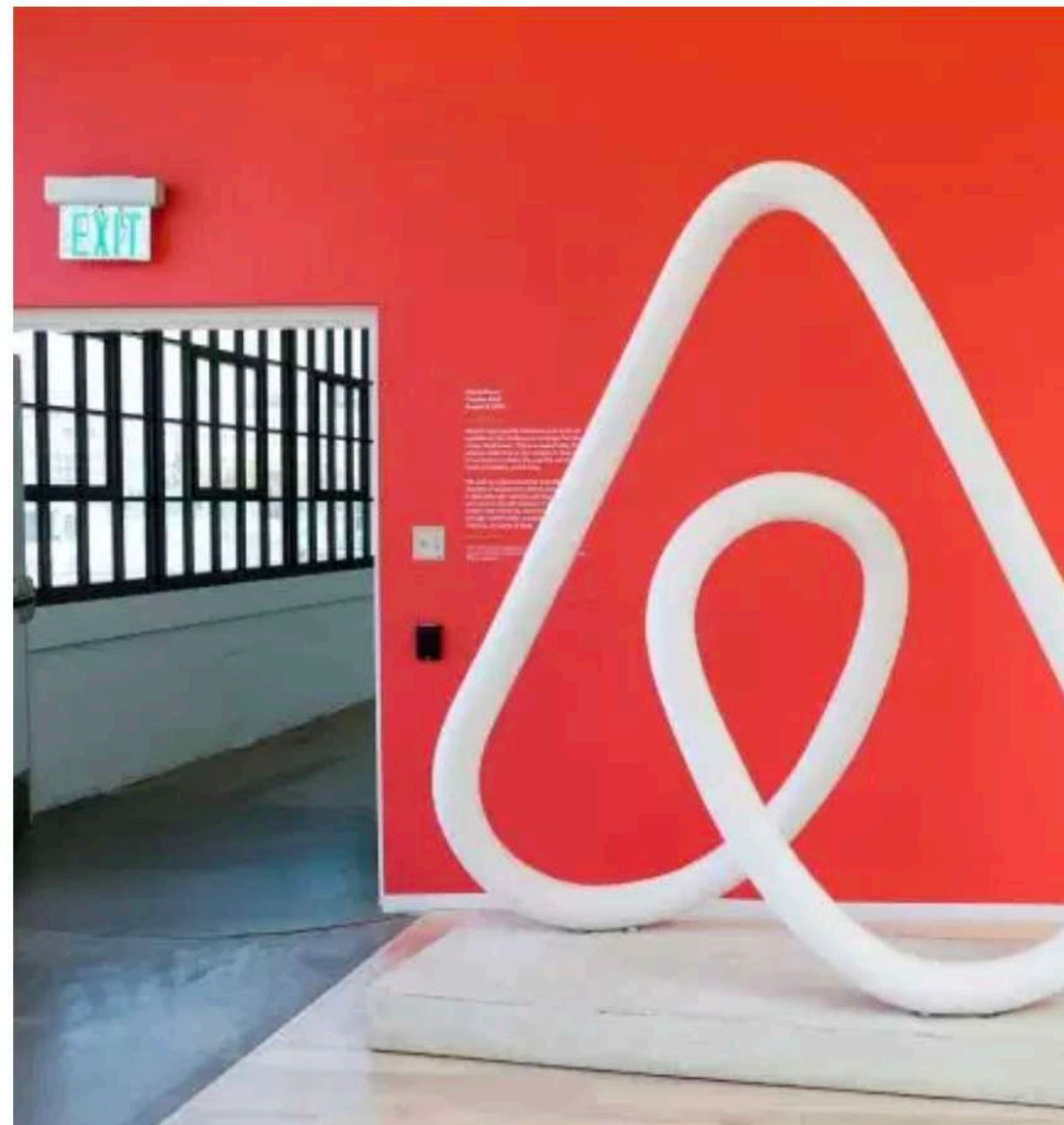


Coronavirus : Airbnb licencie un quart de ses employés dans le monde

La plate-forme de réservation de logements a annoncé mardi se séparer de près de 1 900 salariés en raison de la crise liée à la pandémie de Covid-19.

Le Monde avec AFP • Publié le 06 mai 2020 à 03h11 - Mis à jour le 06 mai 2020 à 10h20

Lecture 1 min.



Best Buy to furlough about 51,000 employees as coronavirus-related sales surge ends

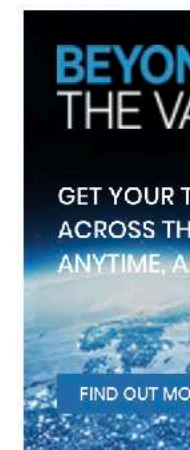
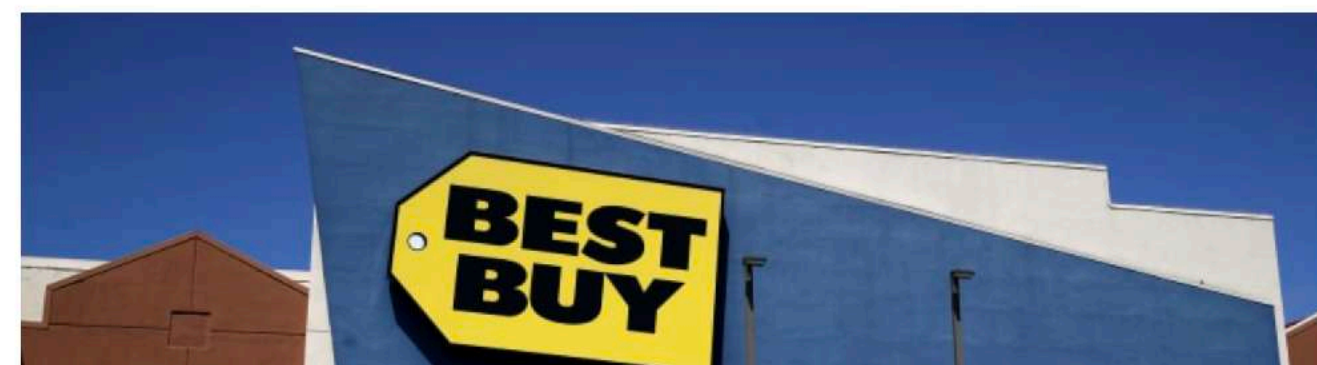
PUBLISHED WED, APR 15 2020-8:59 AM EDT | UPDATED WED, APR 15 2020-12:27 PM EDT

Melissa Repko @MELISSA_REPKO

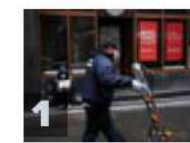
SHARE f t in e

KEY POINTS

- Best Buy will furlough about 51,000 hourly employees, starting April 19, but they will continue to have health benefits.
- The company's stores are offering curbside pickup during the coronavirus pandemic, but they've been closed to customers since March 22.
- The retailer said its online sales in the U.S. are up more than 250% and about half of those sales are picked up at its stores.



TRENDING |



Amazon posts \$75bn first-quarter revenues but expects to spend \$4bn in Covid-19 costs

- Earnings in first three months equivalent to \$33m an hour
- Company says it will spend on PPE, cleaning and higher wages



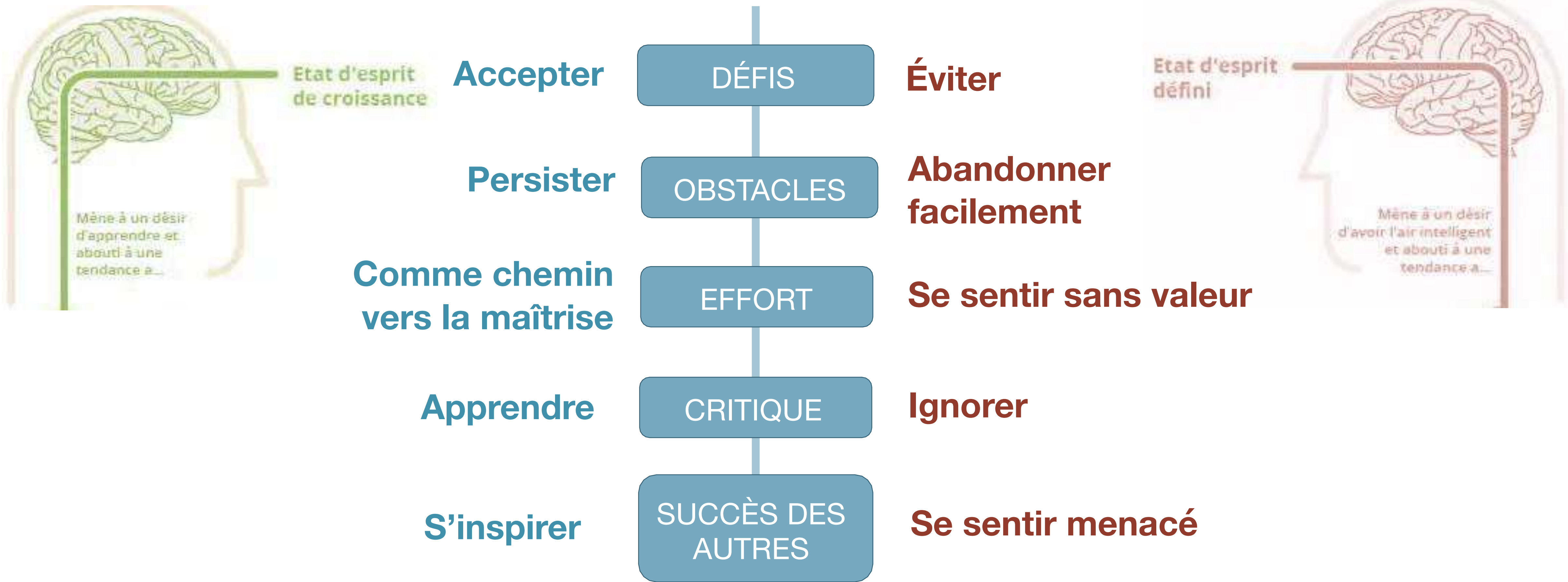
▲ Jeff Bezos in November. The world's richest man has seen his fortune swell by \$13bn in April. Photograph: Mandel Ngan/AFP via Getty Images

Amazon emerged as one of the big winners of the coronavirus pandemic on Thursday, announcing it had revenues of \$75.4bn in the first three months of the year - over \$33m an hour.

The boom in sales, 26% higher than the same time last year, came at a cost, as profit fell 29% from a year earlier to \$2.5bn. And the company said there was more spending to come.

L'IMPORTANCE DE **L'ÉTAT D'ESPRIT** DANS LA PERFORMANCE

L'adaptation au changement doit devenir la norme



Ce que nous croyons de nous-même, influence ce que nous visons.

TRANSFORMATION DIGITALE : CEUX QUI SONT EN RETARD LE PAYENT TRÈS CHER



		AUDITER	PLANIFIER	TESTER	DEPLOYER	OPTIMISER	
Gouvernance Digitale	Leadership	Compréhension & Vision	Stratégie & Nouveaux Business Models	Lab, POC & pilotes	Roadmap Soutien & exemplarité	RSE & Impact Positif	Excellence Digitale
	Culture & Organisation	Test Compétences & Acculturation	Mise à niveau & Réorganisation	Processes & Policies	Formation & Gestion du changement	Collaboration Interne & Externe	Excellence Digitale
	Technologies	Ecosystème & Architectures	Intégration IT & Business	Everywhere Commerce	IOT, Cloud, SAAS, API, 5G	Agilité & Open Innovation	Excellence Digitale
Engagement Digital	Production & Industry 4.0	Conception & R&D	Production & Automatisation (Robot. RPA)	Facility Management (IIOT, BIM, Smart Factory)	Logistique	Maintenance	Excellence Digitale
	Data	Cartographie des données existantes	Unification CRM (RCU)	Éthique, Légal & Cyber Sécurité	Data Visualisation & Datamining	Big Data, IA & Prédictif	Excellence Digitale
	Expérience Client & Marketing 2.0	Ecoute & Compréhension Client	Contenus, Services & Experience	Social, Mobile, Video	Engagement & Mediaplanning Omnichannel	Marketing en temps réel (Programmative...)	Excellence Digitale
	Mesure	Bonnes Pratiques	KPIs (Indicateurs de performance)	Analytics & Metrics	Tableaux de bord	Benchmarks secteur et concurrence	Excellence Digitale
		Gestion du changement			Déploiement du changement		



COMPRENDRE QUE **TECH + DATA + IA + CX** SONT VOTRE **CORE BUSINESS**

CULTURE DATA = ACCÈS ET PARTAGE D'INFORMATION POUR RÉAGIR VITE ET BIEN





DES OUTILS EFFICACES, SURTOUT EN TÉLÉTRAVAIL

LES FAUSSES ÉCONOMIES DE LA “FRANKENSTEIN IT”

- LENTEUR
- PARALYSIE
- FATIGUE
- COMPLEXITÉ
- DÉMOTIVATION
- ABSENTÉISME
- SHADOW IT
- SÉCURITÉ
- PERTE DE PRODUCTIVITÉ
- PERTE DE CA



Ici il s'agit d'une continuité
du travail en confinement

Bien plus que juste un sujet de **Télétravail**

Perte de motivation

Santé

formation

News

Anxiogènes

Collaboration

Angoisses

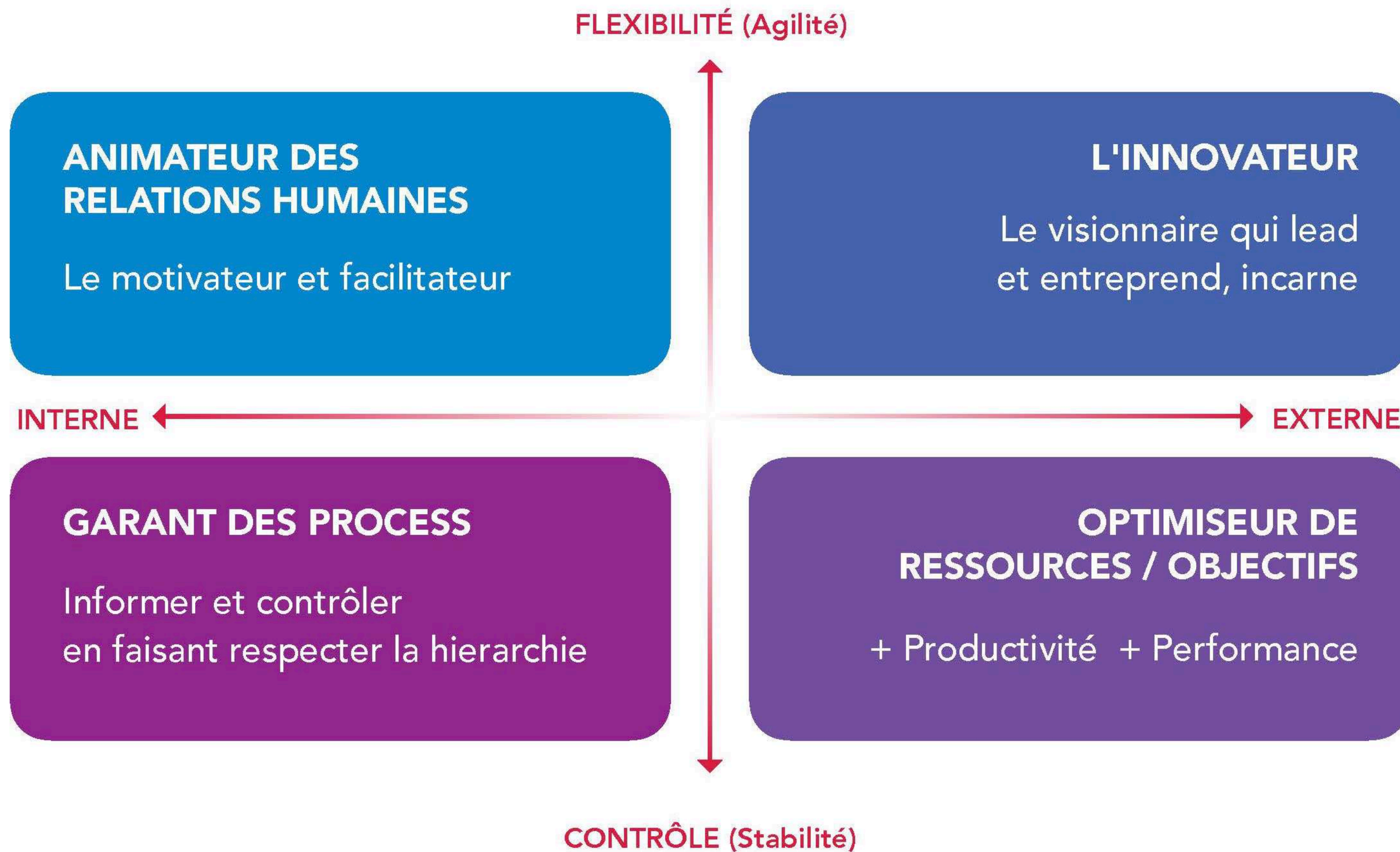
**Perte de
repères**

Isolement

Maladies

LE RÔLE DU **MANAGER DOIT CHANGER** ENCORE PLUS VITE

LES RÔLES TRADITIONNELS DU MANAGER



HIER

COMMANDER

INITIER

CONTRÔLER

DÉCIDER

Inspiré de Competing Values Framework. Source : Quinn, R. E. (1988). Beyond Rational Management, Jossey-Bass

LE RÔLE DU **MANAGER DOIT CHANGER** ENCORE PLUS VITE



DEMAIN

INSPIRER

RASSURER

COACHER

DÉLÉGUER

ENJEU : DÉVELOPPER LES CAPACITÉS D'ADAPTATION PERMANENTE D'UNE ORGANISATION

LE RÔLE DU MANAGER EST DE RASSURER / INSPIRER

RECRÉER DE LA **CONFIANCE**



**EMPATHIE &
BIENVEILLANCE**



**AGILITÉ &
COLLABORATION**

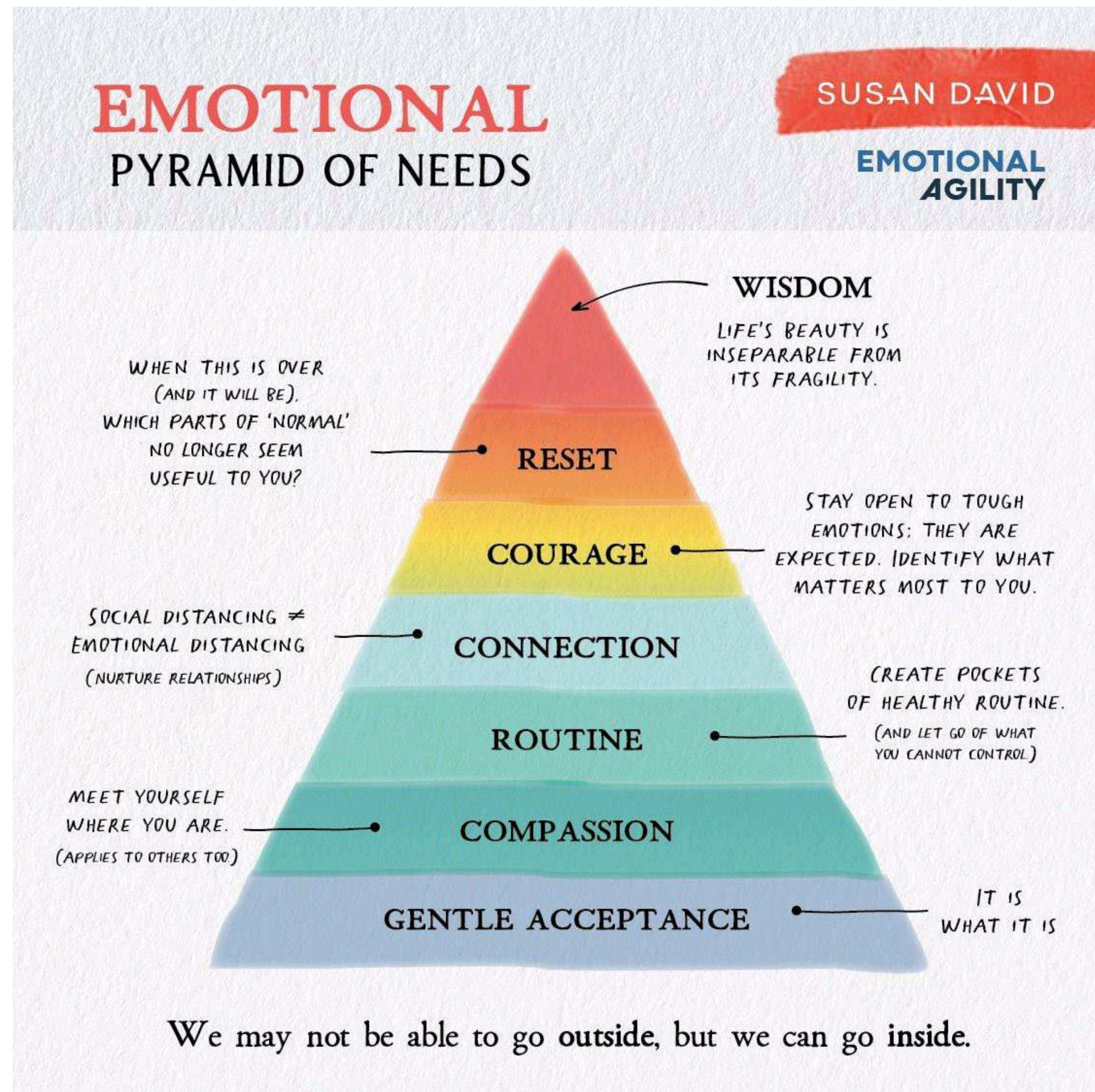


**PATIENCE &
RÉSILIENCE**

ET CE DANS UN CONTEXTE DE CRISE ET SOUVENT À DISTANCE!

RECRÉER DE LA CONFIANCE > EMPATHIE ET BIENVEILLANCE

INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE : SAVOIR ÉCOUTER LES ÉMOTIONS



- **MONTREZ DE L'EMPATHIE**

- ✓ Être ouvert et curieux
- ✓ Pratiquer l'écoute active
- ✓ Reconnaître les sentiments des autres

- **OSER MONTREZ SA VULNÉRABILITÉ**

- ✓ Faire comprendre que tout le monde a le droit d'avoir des sentiments négatifs
- ✓ S'ouvrir soi-même

- **RENFORCER LA COMMUNICATION**

- ✓ Plus fréquente
- ✓ Transparente et sans langue de bois
- ✓ Rassurante

- **PORTE VIRTUELLE OUVERTE**

- ✓ Encourager les gens à rester connectés
- ✓ Favoriser les conversations par vidéo

**les échanges
informels =
+d'humanité, pas
juste +d'outils**

« IL FAUT LAISSER DU TEMPS À CHACUN ET ACCEPTER QUE LES RYTHMES SOIENT DIFFÉRENTS EN FONCTION DES PERSONNES. LA CRISE NOUS POUSSE À PUISER DANS NOS RESSOURCES INDIVIDUELLES PROFONDES. IL FAUT ÊTRE DANS L'ACCOMPAGNEMENT ET NE PAS SOUS-ESTIMER LA NÉCESSITÉ D'UNE COMMUNICATION SANS SUJET PRÉCIS, POUR PERMETTRE DE RÉTABLIR LES ÉCHANGES INFORMELS. »

**EMMANUELLE
BRUN-NECKEBROCK
CFO DE SAP FRANCE**



« Les illettrés du 21^e siècle ne seront pas ceux qui ne savent ni lire ni écrire, mais celles et ceux qui ne sauront pas apprendre, désapprendre et réapprendre. »



Alvin Toffler
Auteur et Futorologue

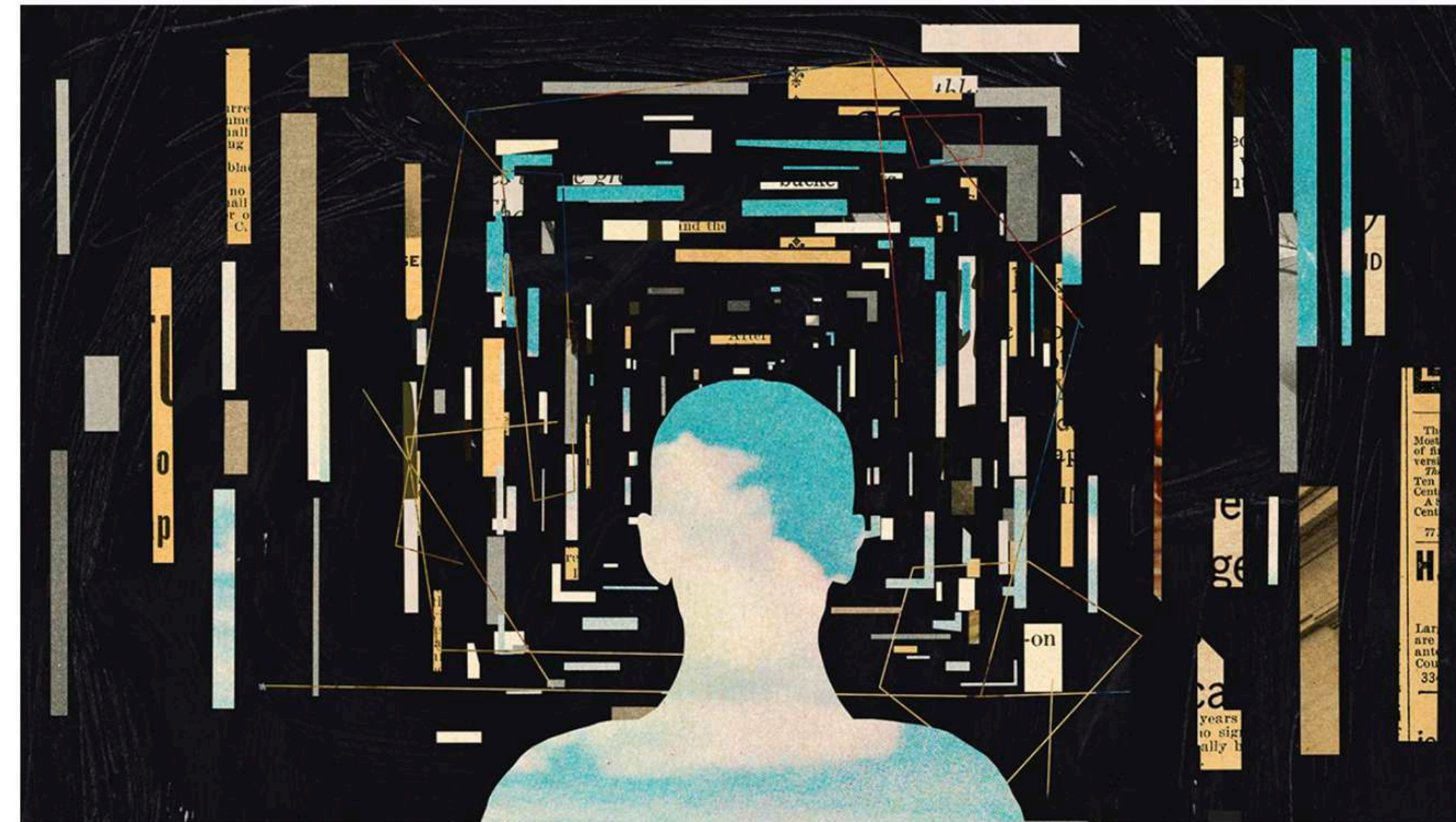
SAVOIR ALLER À L'ESSENTIEL ≠ PERFECTIONNISME

Perfectionism Will Slow You Down in a Crisis

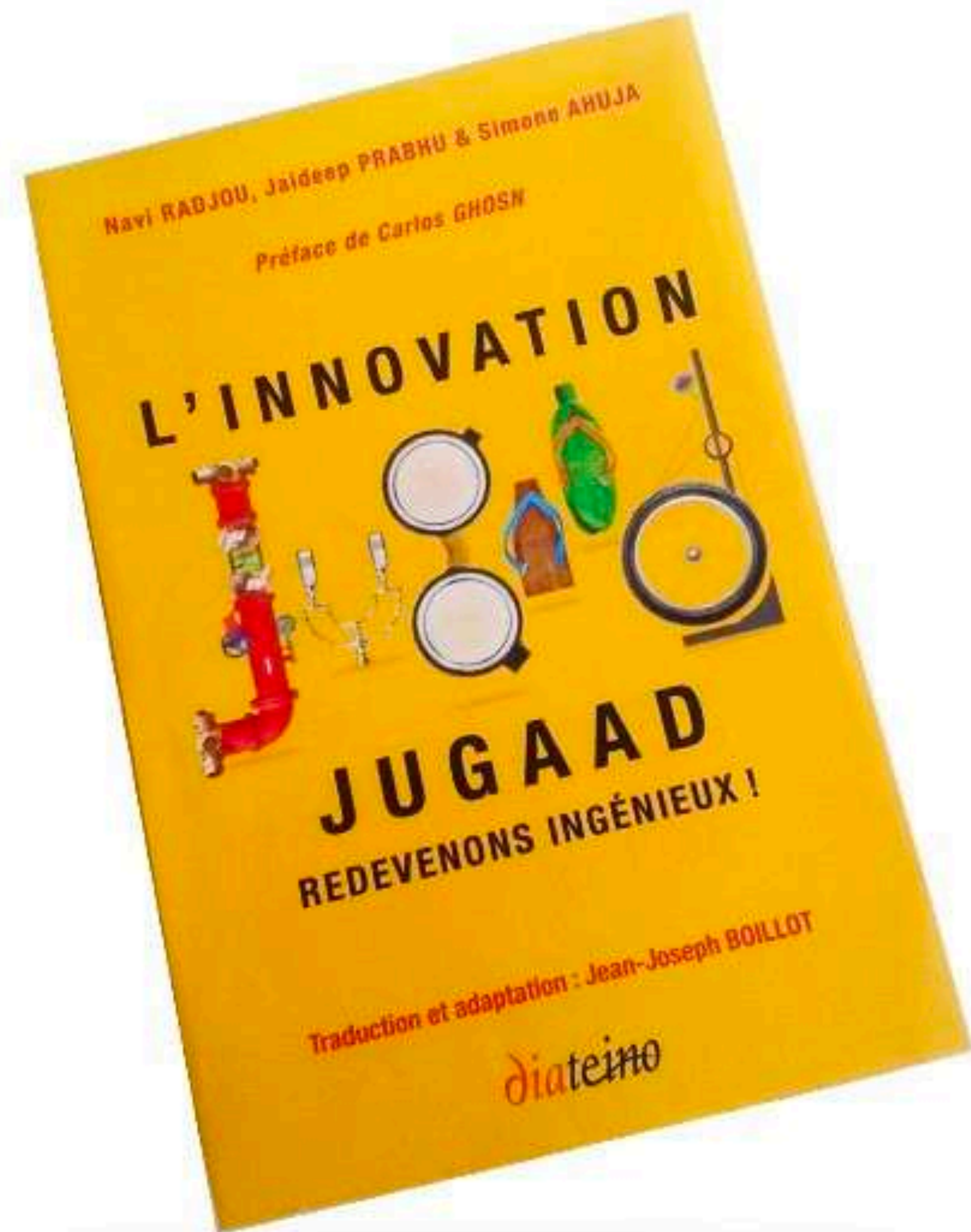
by [Rasmus Hougaard](#) and [Jacqueline Carter](#)

April 16, 2020

[Summary](#) [Save](#) [Share](#) [Comment](#) [Print](#) [\\$8.95 Buy Copies](#)



WAIT AND SEE IS OVER > TEST AND LEARN (FAST)



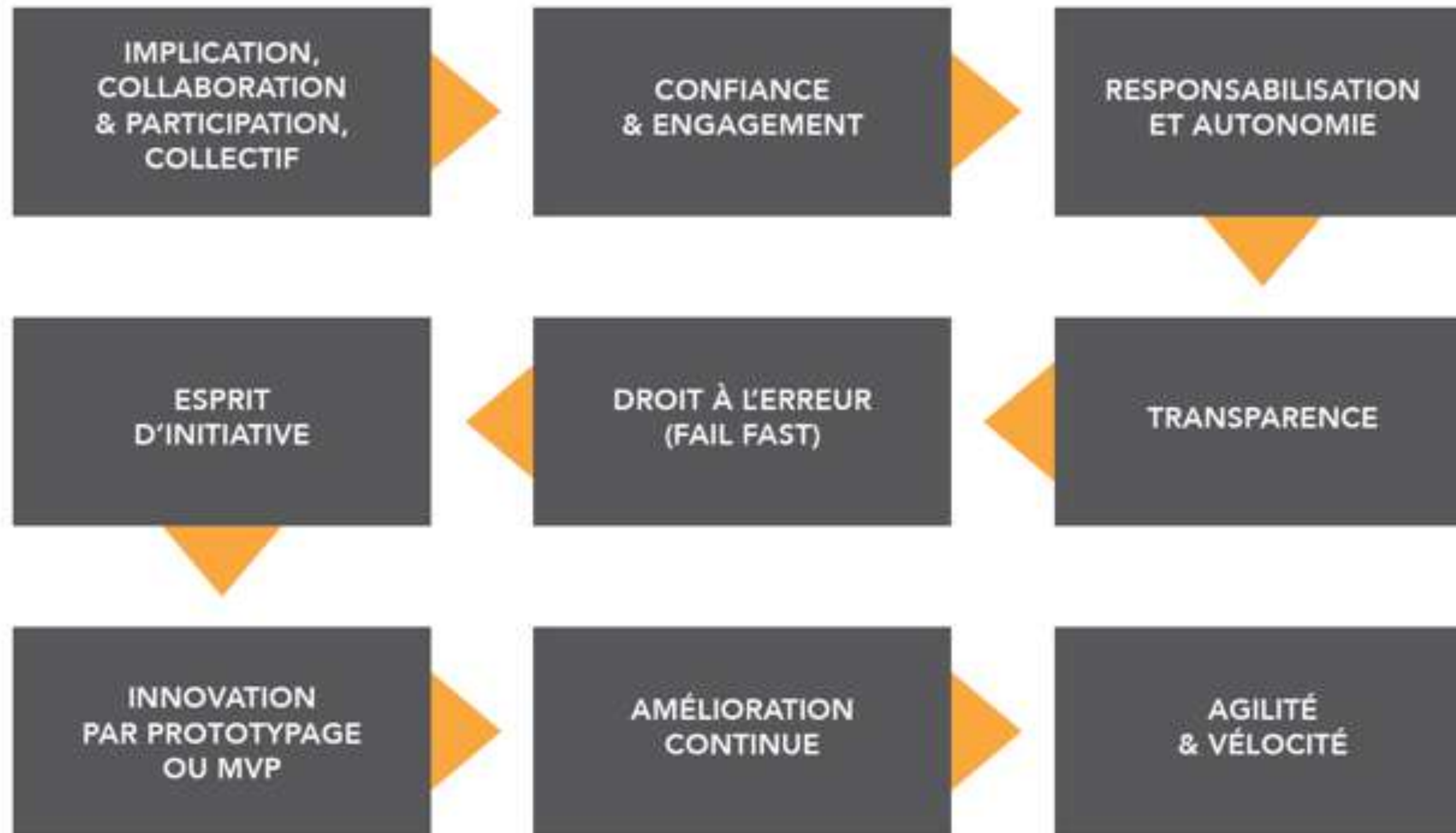
JUGAAD = "débrouillardise"

1. Rechercher des opportunités dans l'adversité
2. Faire plus avec moins
3. Penser et agir de manière flexible
4. Viser la simplicité
5. Intégrer les marges et les exclus
6. Suivre son coeur

FORMATION : DEVENIR UNE ORGANISATION APPRENANTE



ON NE PEUT PAS ÊTRE AGILE SI LA CULTURE ET L'ORGANISATION NE LE SONT PAS!



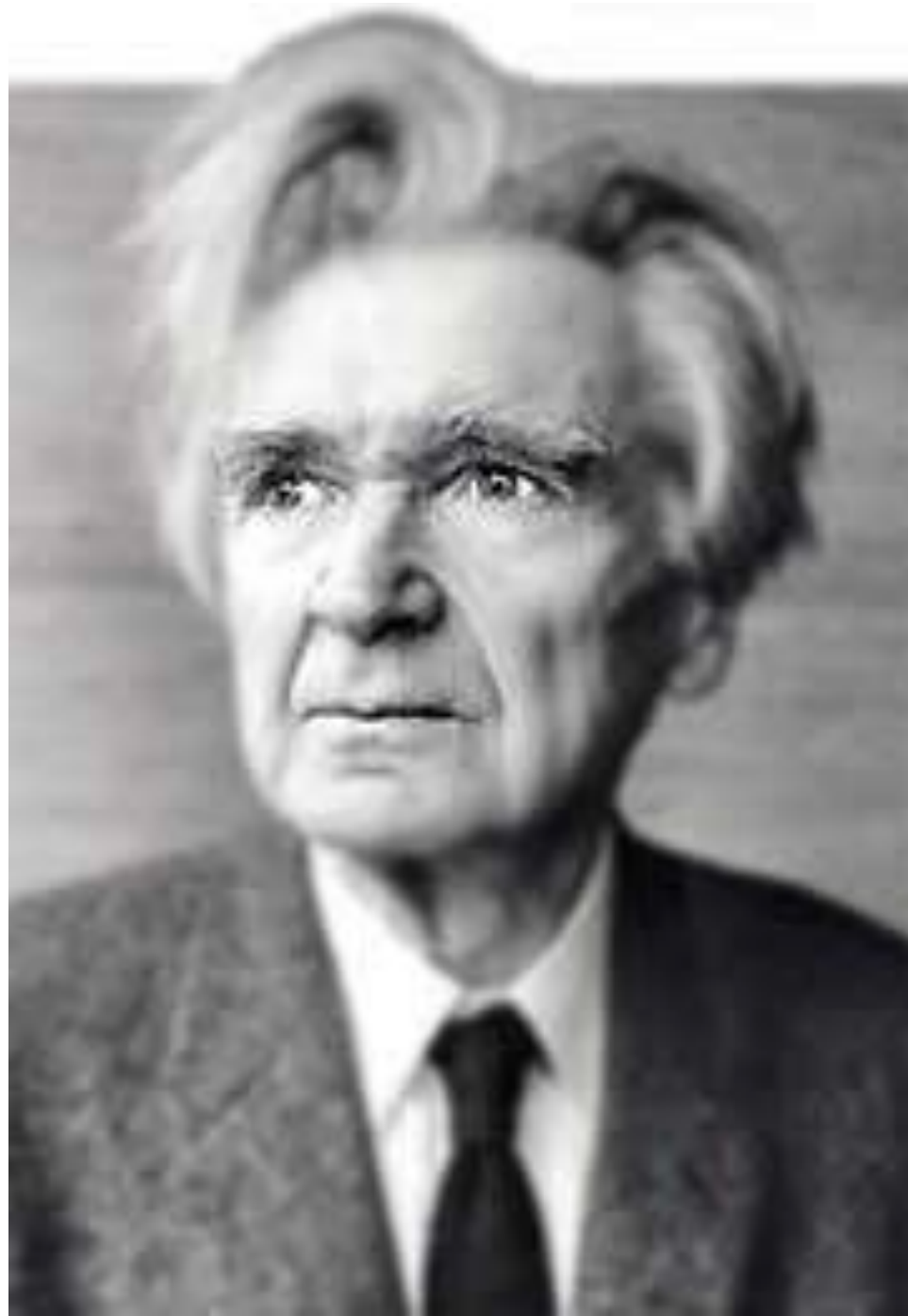
INNOVATION : DEVENIR PLUS COLLABORATIF



**ON NE PEUT
PLUS RÉUSSIR
SEUL DANS
UN MONDE
DIGITAL :
PENSER
ÉCOSYSTÈME!**



RECRÉER DE LA CONFIANCE > PATIENCE ET RÉSILIENCE



“ *S'armer de patience, combien l'expression est juste ! La patience est effectivement une arme, et qui s'en munit, rien ne saurait l'abattre. Sans elle, on est automatiquement livré au caprice ou au désespoir.* ”

*Emil Michel Cioran
Philosophe et écrivain*

5

UNE TRANSFORMATION DIGITALE DU BUSINESS

DISRUPTION DIGITALE : UNE (R)ÉVOLUTION ANNONCÉE DEPUIS 25 ANS

Des consommateurs connectés avec **de nouvelles attentes** et **de nouveaux comportements**

Des millions de Startups & DNVB au service de vos clients



Les géants du numérique (GAFA & BATX) s'appuient sur les données et l'IA pour pénétrer les industries traditionnelles

Votre concurrence traditionnelle
qui se transforme plus vite !

Covid-19

5.1

**DIGITAL MARKETING :
ÊTRE À L'ÉCOUTE ET ANTICIPER
L'ÉVOLUTION DES USAGES**

LES MARQUES ET LES RETAILERS FACE À UNE **INCERTITUDE PERMANENTE**

#1

Comment revoir toute sa stratégie, revoir ses budgets, ses plans media et sa communication en cours ?

#2

Doit-on comment communiquer dans une crise sanitaire, économique et humaine?

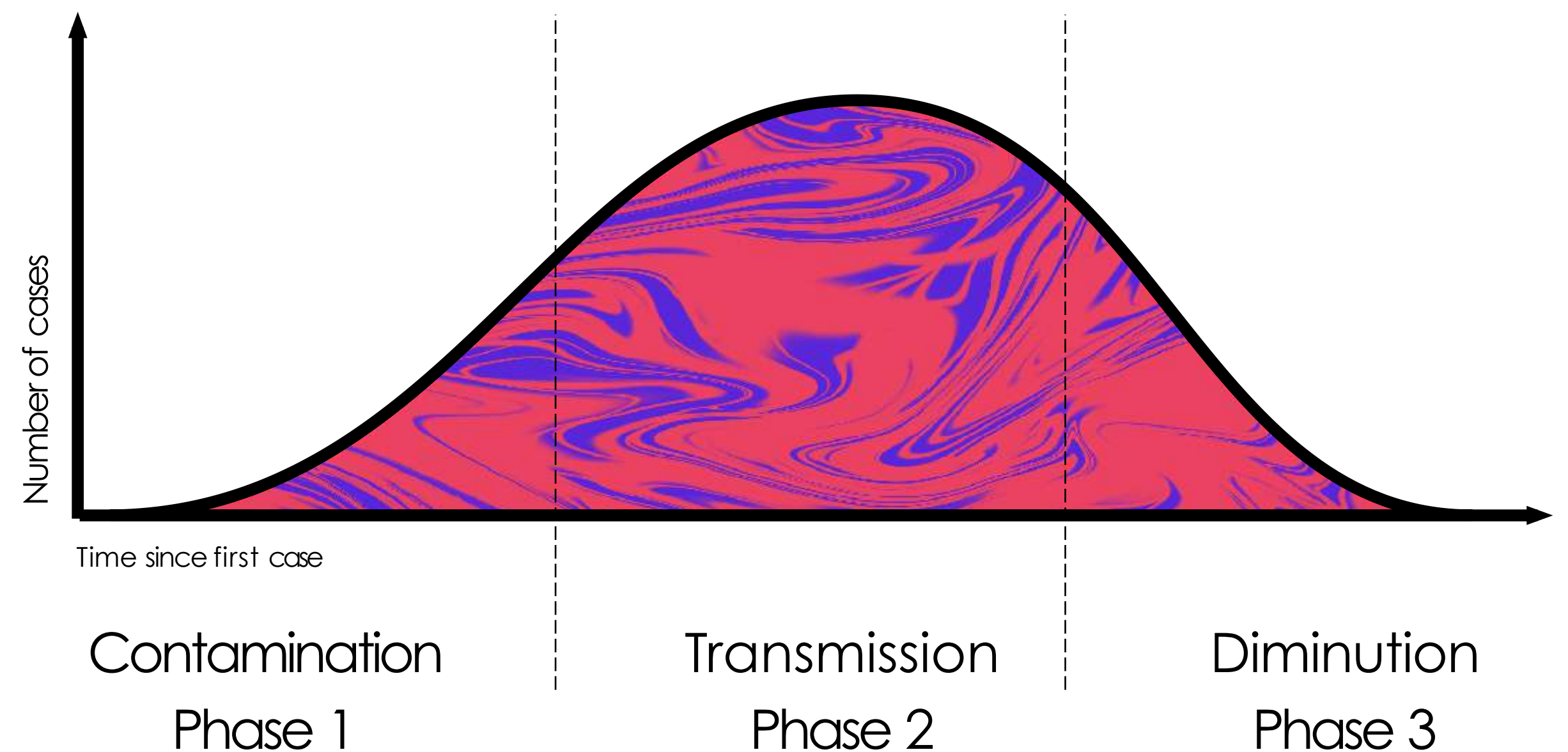
#3

Comment trouver le bon ton, le bon moment, le bon format : quelles priorités et temporalité?

Oubliez votre agenda marketing.

Aujourd'hui, chaque marque devrait regarder cette crise comme une opportunité de prouver qu'elle a vraiment du sens et un rôle à jouer dans la vie des gens.

Synchronisez votre communication avec la courbe de l'épidémie.



MARQUES & COVID19 : TROUVER LA JUSTE POSTURE AU BON MOMENT



RASSURER ET ADAPTER SON OFFRE POUR LE DÉCONFINEMENT

UNE NOUVELLE NORMALITÉ (MAIS TEMPORAIRE)

SÉCURITÉ & BIENVEILLANCE

- Adapter ses process pour assurer l'hygiène et la sécurité des employés, clients et fournisseurs
- Communiquer sur ces mesures
- Contrôler l'application et le respect de ces mesures
- Accompagner avec empathie

SIMPLIFIER ET FACILITER

- Repenser son expérience utilisateur pour privilégier la simplicité d'usage quitte à adapter ou imaginer de nouveaux process

INNOVATION

- Inventer de nouvelles solutions pour répondre aux nouvelles attentes, envies, besoins et comportements des clients

SÉCURITÉ : ADAPTER ET COMMUNIQUER SUR LES MESURES PRISES

WHOLE FOODS

Une entrée et une sortie unique dans les magasins



BOULANGER

134 magasins avec drives piéton et parking sans contact



FRICHTI

Livraison sans contact

La livraison "sans contact", comment ça marche



01
Le livreur dépose la commande sur votre paillason (si vous avez un paillason)



02
Il sonne ou toque à la porte, puis s'en va



CARREFOUR MARKET

Je touche donc je prends

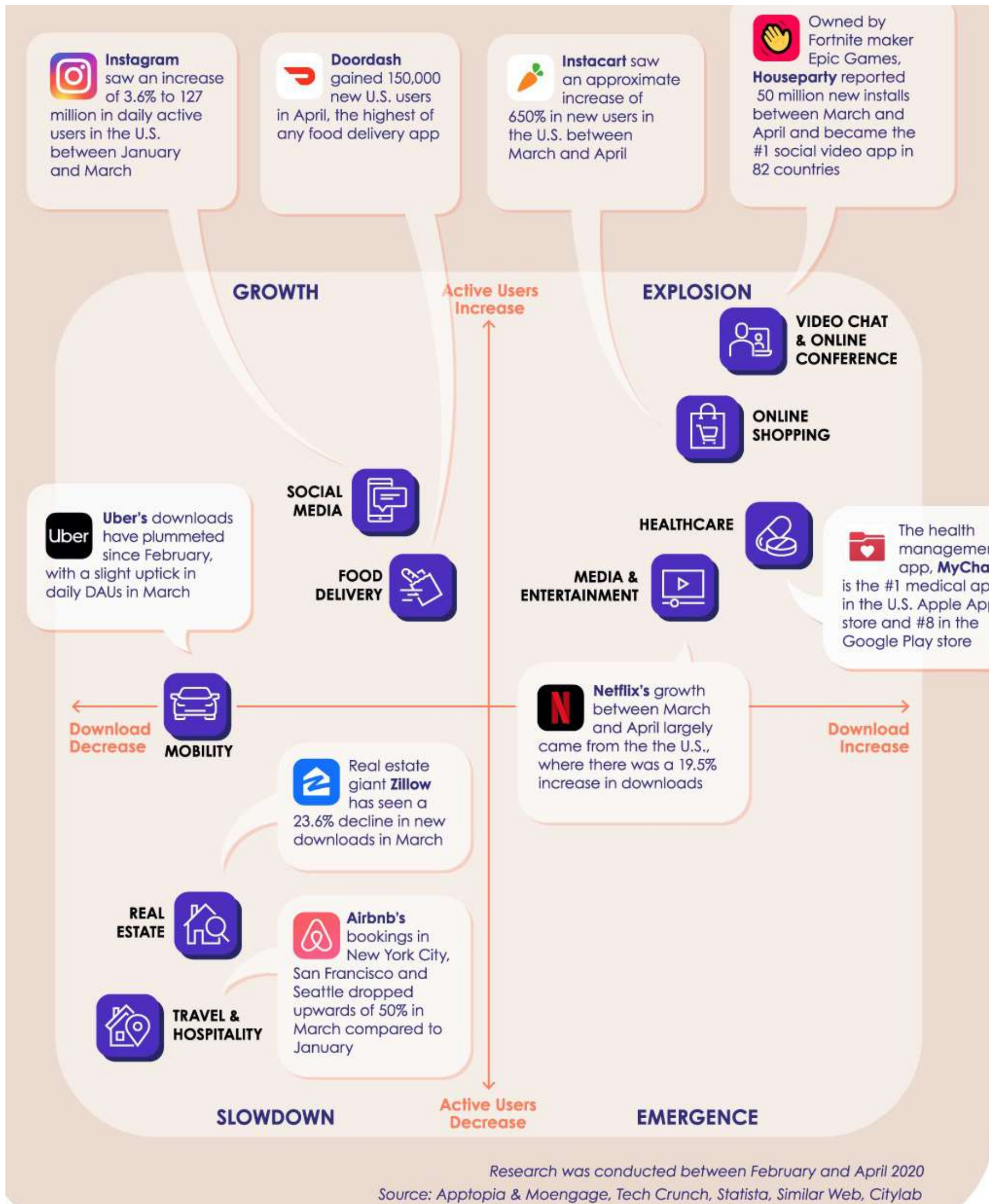


WALMART

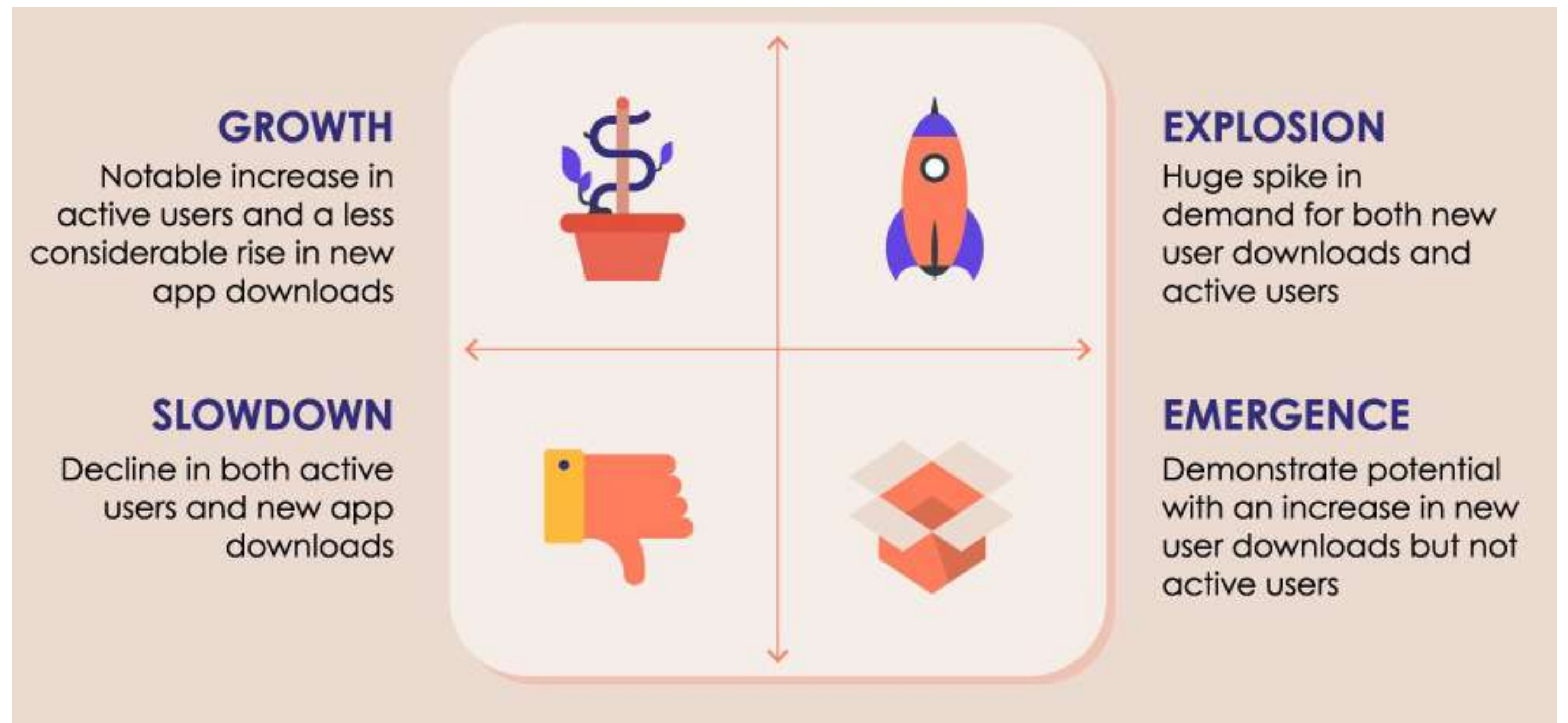
Application paiement sans contact



DE MOBILE READY À MOBILE FIRST?

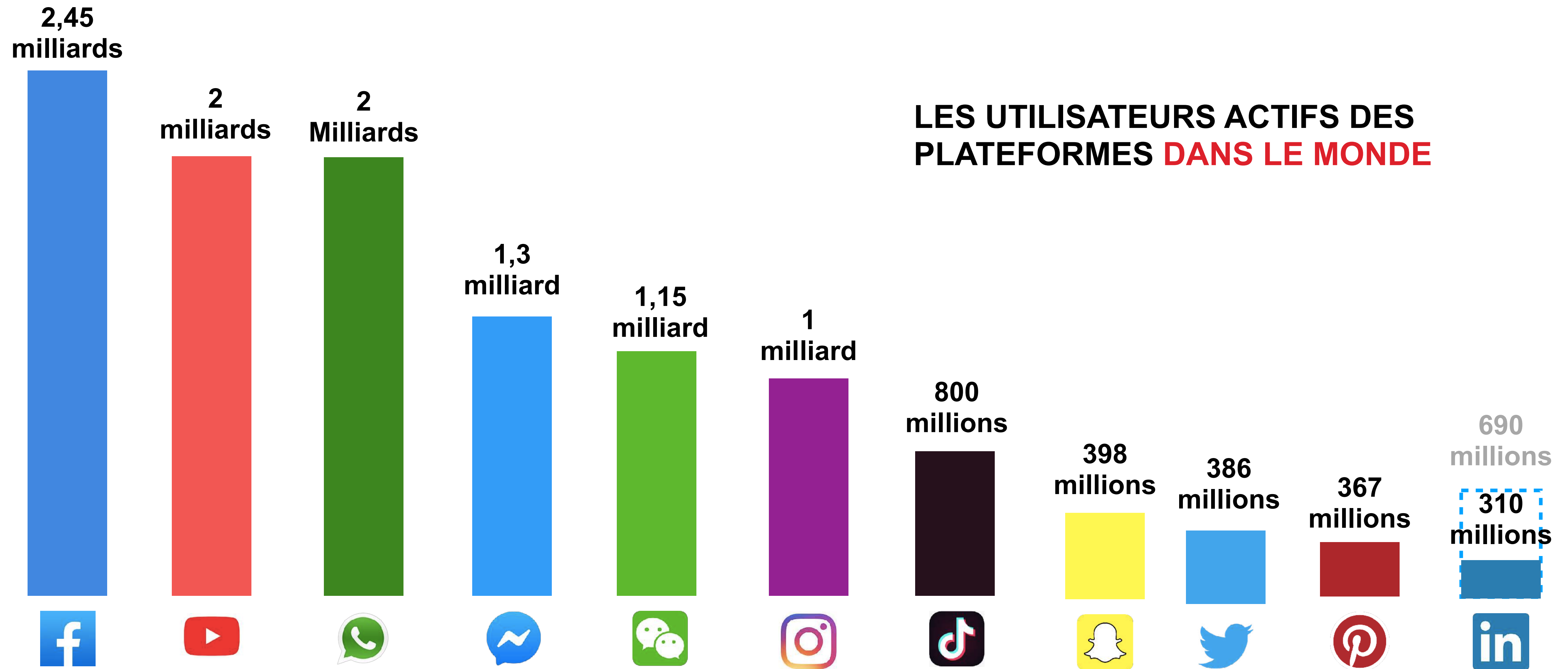


Au cours du premier trimestre 2020, les gens ont passé 20 % de temps en plus à utiliser des apps Vs 2019. Pendant cette période, les consommateurs ont également dépensé + 23 milliards de \$ dans les app stores, soit la plus grosse dépense trimestrielle enregistrée à ce jour.



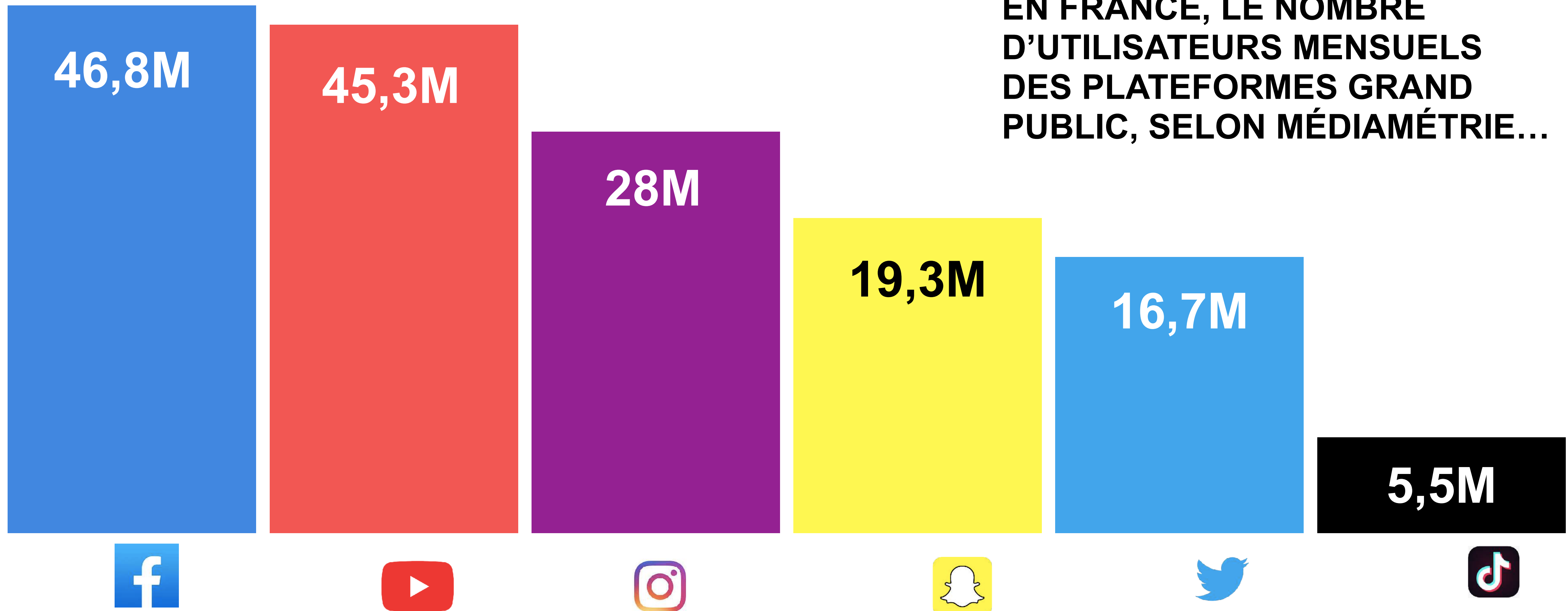
LES MÉDIA SOCIAUX CONTINUENT DE GAGNER EN USAGE ET EN INFLUENCE

UN USAGE MONDIAL ET MASSIF QUI NE CONNAIT PAS LA CRISE



LES MÉDIA SOCIAUX CONTINUENT DE GAGNER EN USAGE ET EN INFLUENCE

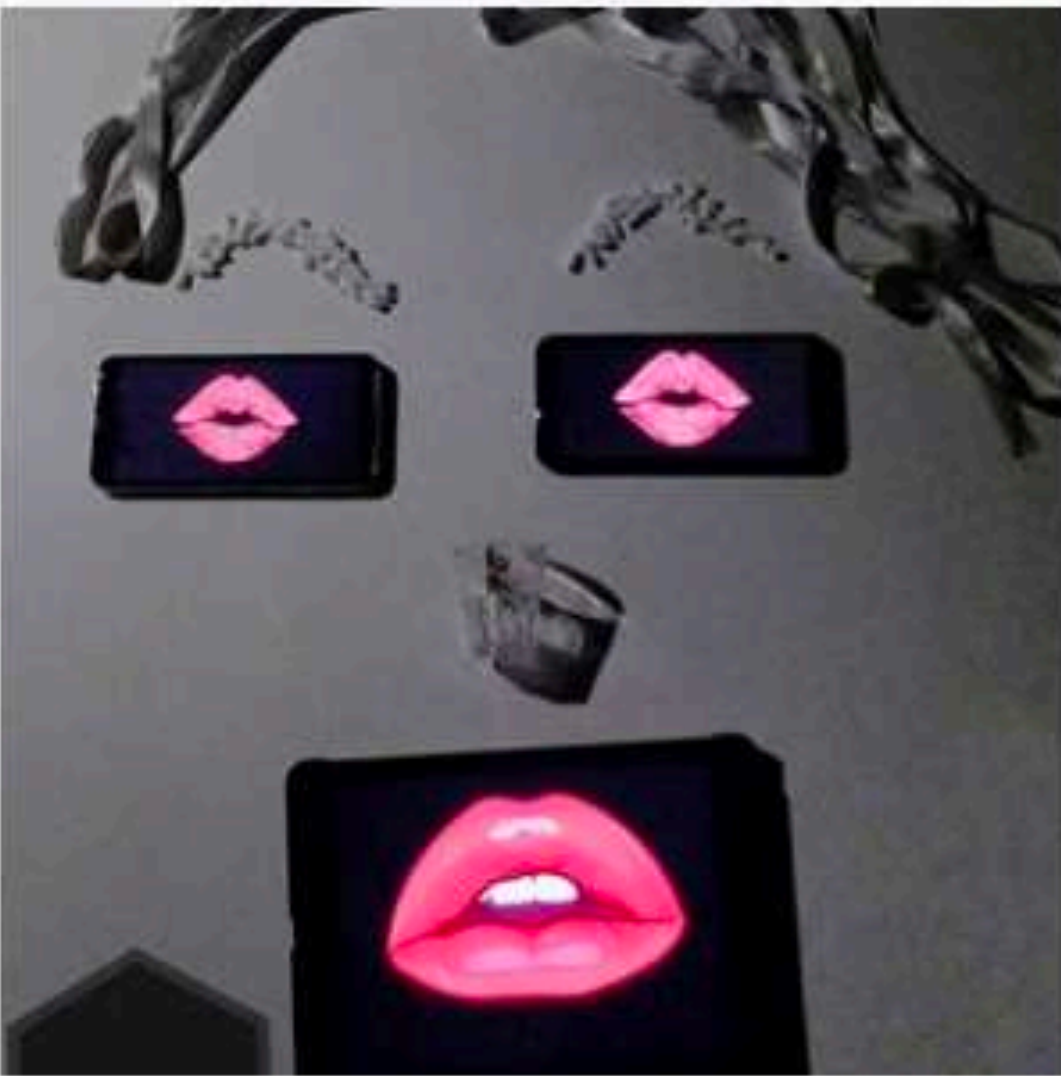
UN USAGE MONDIAL ET MASSIF QUI NE CONNAIT PAS LA CRISE



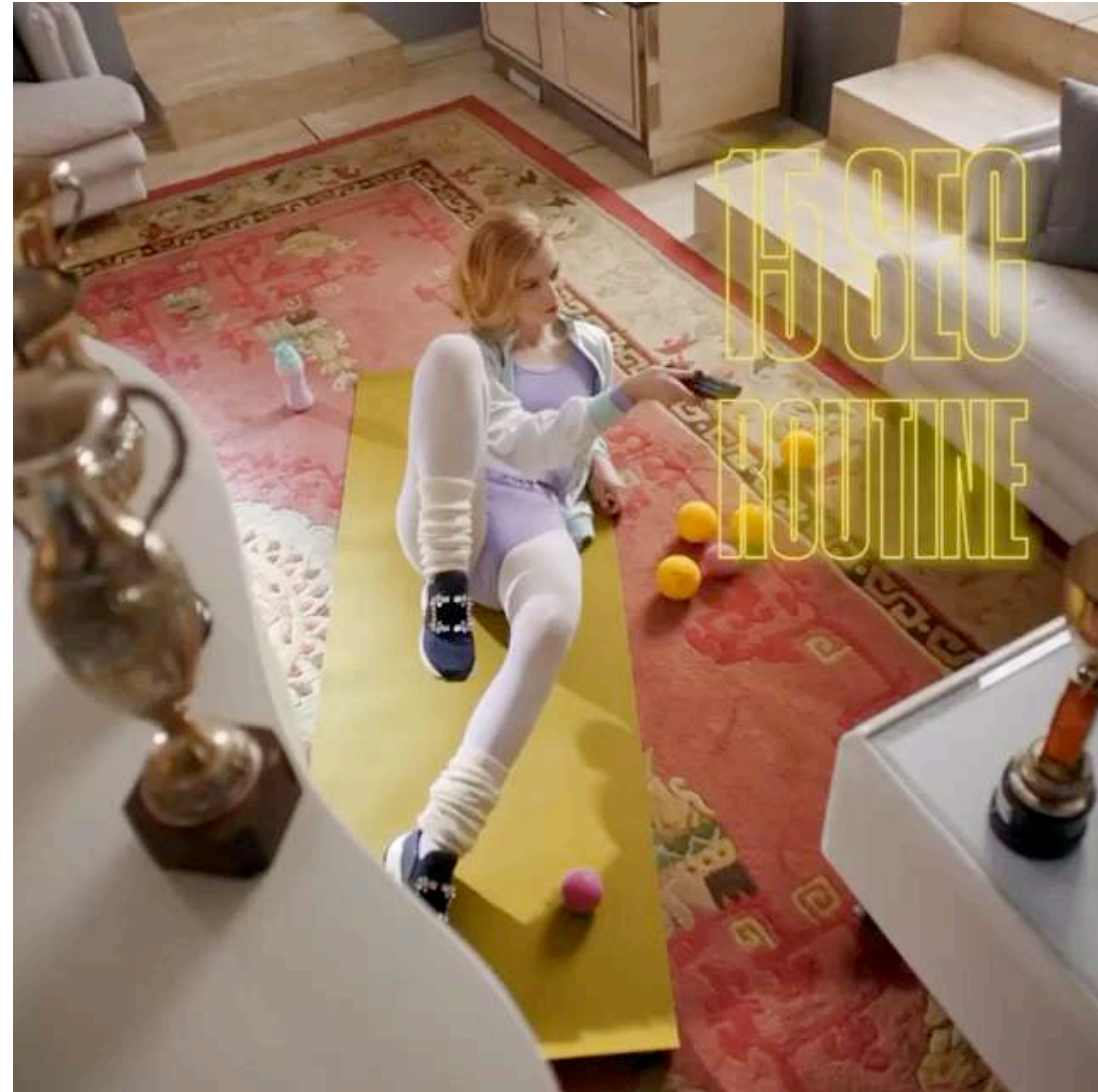
AIDER LES GENS À SE DIVERTIR ET À SE CHANGER LES IDÉES



#Jacquemusathome



L'HUMOUR SEULEMENT SI EN COHÉRENCE ET AU BON MOMENT



More posts from rogervivier



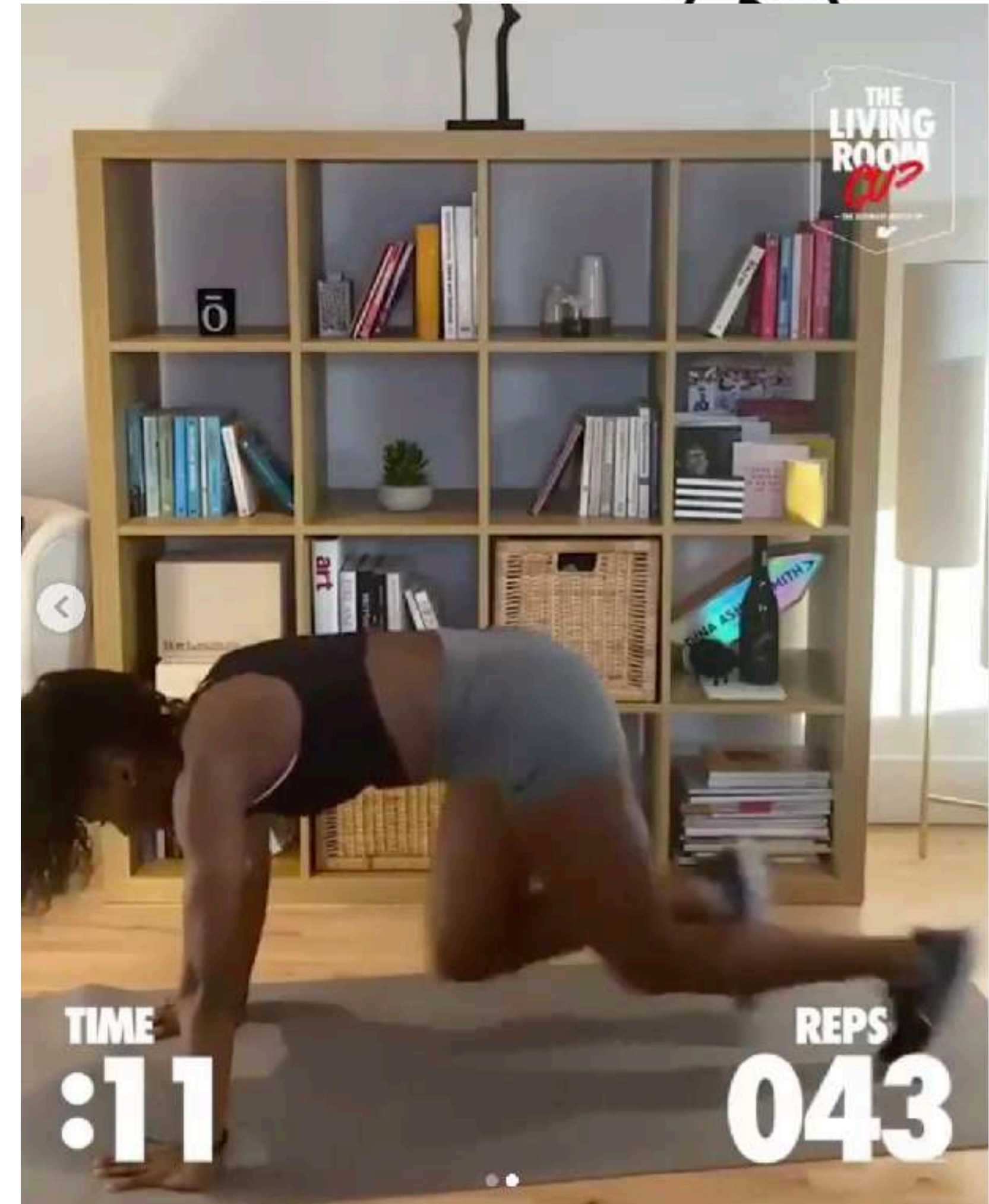
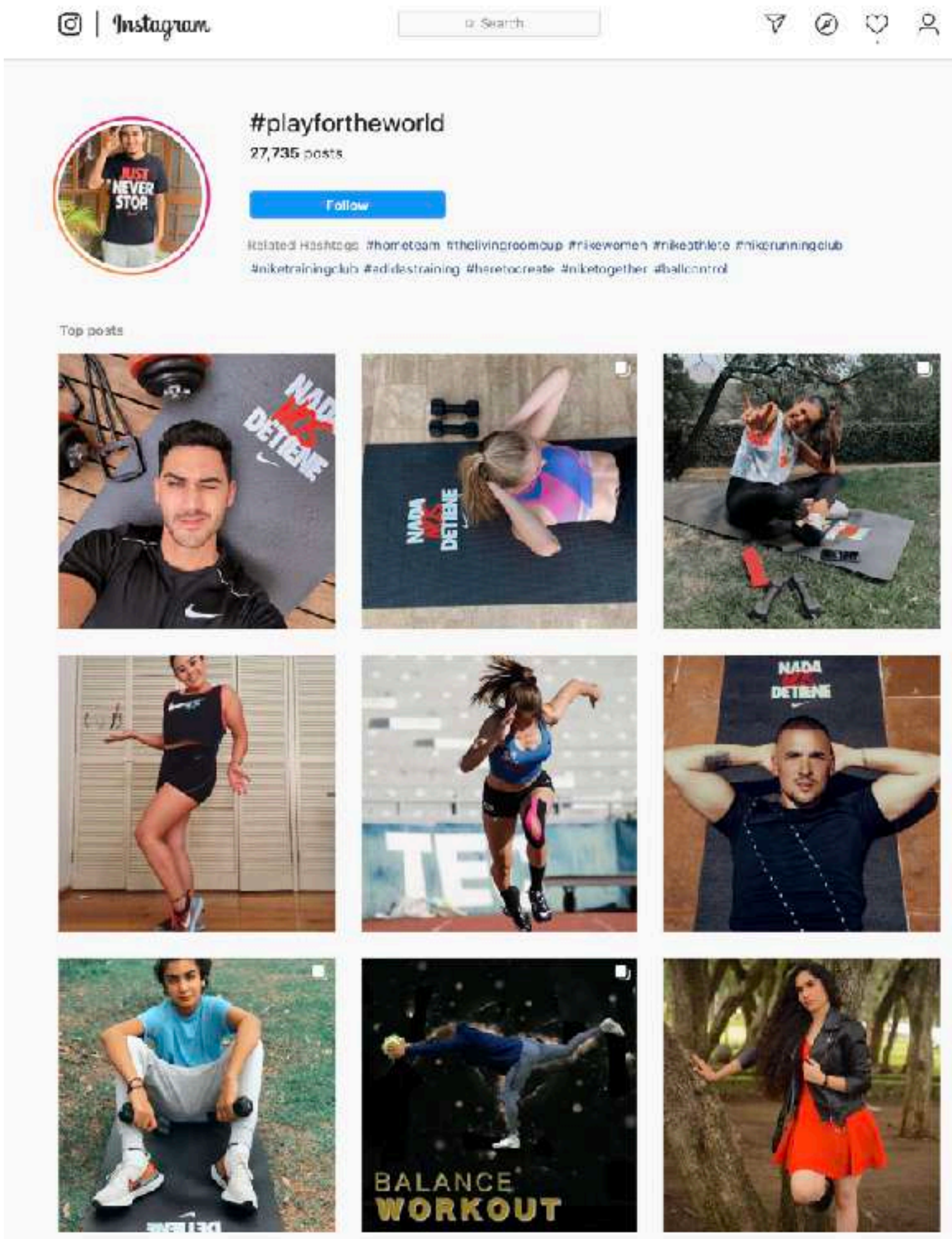
L'HUMOUR SEULEMENT SI EN COHÉRENCE ET AU BON MOMENT

◀ UNE PUB HUMORISTIQUE



▶ UN NOUVEAU SERVICE DE VENTE (PARIS)

LES AIDER À PROGRESSER : COACHING, TUTOS, INSPIRATION



#playfortheworld #livingroomcup #playinside

LES AIDER À PROGRESSER : COACHING, TUTOS, INSPIRATION

EX : SOUTENIR LES PARENTS QUI DOIVENT OCCUPER LEURS ENFANTS



Burger King France @BurgerKingFR · Mar 27
À tous les parents confinés avec leurs enfants : on sait ce que c'est d'avoir un clown sur le dos.

781 26.4K 88.1K



Oriental Trading
Nobody Delivers More Fun for Less!

Party Holidays Toys Crafts Teaching Wedding Religious Easter Sale

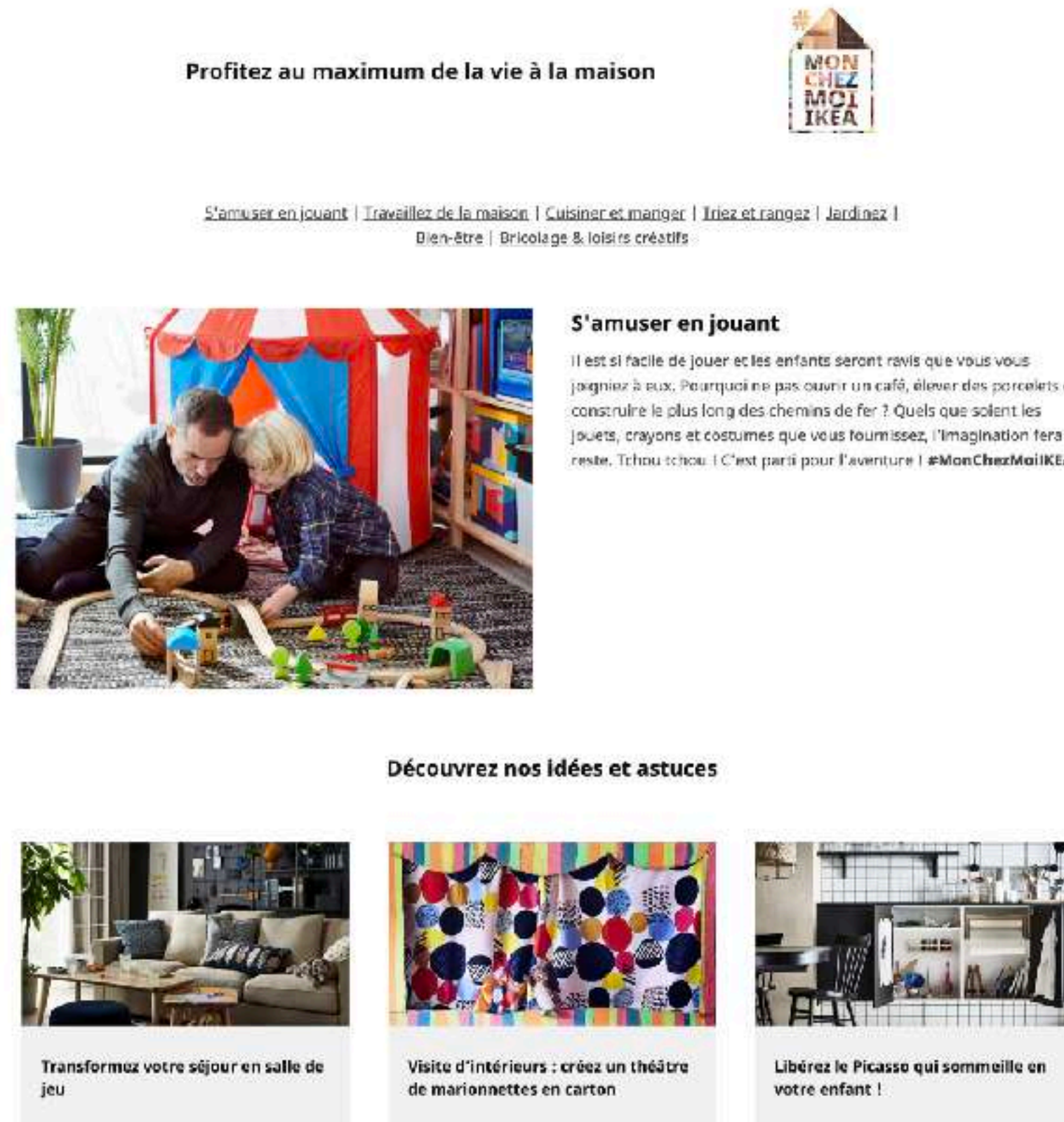
FREE Shipping
on orders \$39 or more

BEAT BOREDOM
30+ Ideas, All Packed with FUN!

MUST HAVE SUPPLIES

SEE ALL CRAFT IDEAS SHOP THIS IDEA

PROJECTS FOR ALL AGES



Profitez au maximum de la vie à la maison

S'amuser en jouant | Travailler de la maison | Cuisiner et manger | Lire et ranger | Jardiner | Bien-être | Bricolage & loisirs créatifs

S'amuser en jouant

Il est si facile de jouer et les enfants seront ravis que vous vous joigniez à eux. Pourquoi ne pas ouvrir un café, élever des porcelets ou construire le plus long des chemins de fer ? Quels que soient les jouets, crayons et costumes que vous fournissez, l'imagination fera le reste. Tchou tchou ! C'est parti pour l'aventure ! #MonChezMoiIKEA

Découvrez nos idées et astuces

Transformez votre séjour en salle de jeu

Visite d'intérieurs : créez un théâtre de marionnettes en carton

Libérez le Picasso qui sommeille en votre enfant !

LES MÉDIA SOCIAUX CONTINUENT DE GAGNER EN USAGE ET EN INFLUENCE

EXPLOSION DES PLATEFORMES VIDÉOS ET STREAMING

TIKTOK



TWITCH



DISCORD



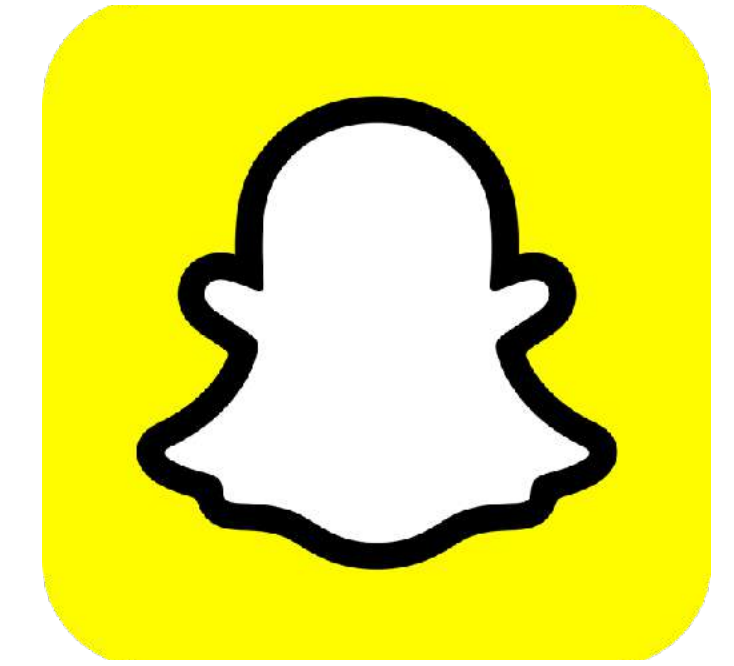
HOUSEPARTY



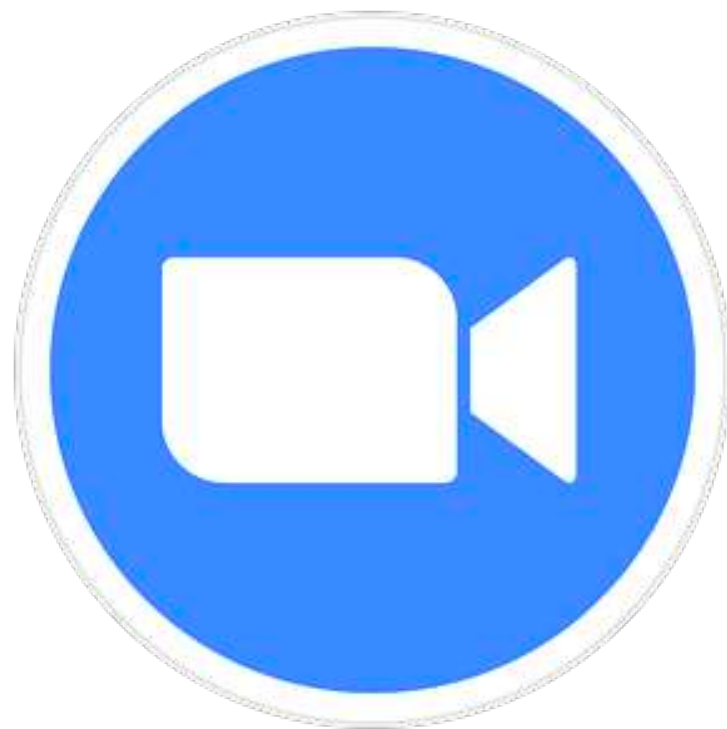
IG STORIES



SNAPCHAT



ZOOM



G MEET



TEAMS



WEBINARS /
CONF

livestorm

YouTube
Live

TÉLÉMÉDECINE

Doctolib

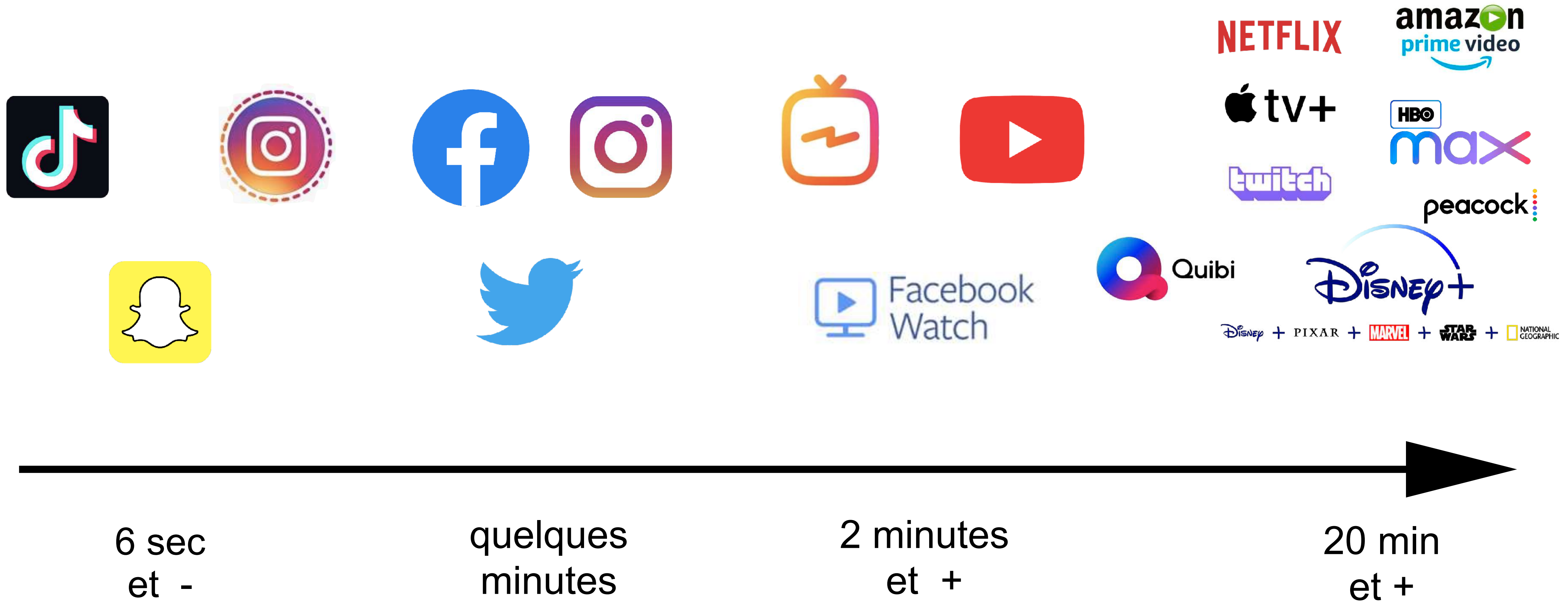
livi

MesDocteurs

Qare













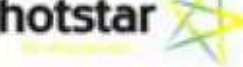











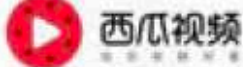





LES MÉDIA SOCIAUX CONTINUENT DE GAGNER EN USAGE ET EN INFLUENCE

EXPLOSION DES PLATEFORMES VIDÉOS ET STREAMING



DIVERTISSEMENT : LES PLATEFORMES VIDÉOS AFFIRMENT LEUR LEADERSHIP

ET DEVIENNENT PEU À PEU LES POIDS LOURD DE L'INDUSTRIE DU CINÉMA

Top 10 Downloaded Streaming Apps in 2020*									
	Global			Europe			US		
1	 NETFLIX	Netflix	59.1M	 NETFLIX	Netflix	14M	 Disney+	Disney+	14.1M
2	 YouTube	YouTube	39.4M	 prime video	Amazon Prime Video	6.6M	 NETFLIX	Netflix	11.9M
3	 prime video	Amazon Prime Video	27.1M	 YouTube	YouTube	5.8M	 hulu	Hulu	8.1M
4	 KIDS	YouTube Kids	24.6M	 KIDS	YouTube Kids	3.7M	 YouTube	YouTube	7.9M
5	 hotstar	Hotstar	21.2M	 twitch	Twitch	3.5M	 prime video	Amazon Prime Video	6.4M
6	 BIGO LIVE	BIGO LIVE	20.9M	 BBC iPlayer	BBC iPlayer	1.3M	 tubi	Tubi	5.6M
7	 Disney+	Disney+	17.5M	 itv HUB	ITV Hub	1.2M	 ROKU	Roku	4.8M
8	 twitch	Twitch	12.4M	 HBO GO	HBO GO	1M	 KIDS	YouTube Kids	3.6M
9	 西瓜视频	Xigua Video	11.6M	 crunchyroll	Crunchyroll	500k	 twitch	Twitch	3.2M
10	 tubi	Tubi	10M	 funimation	Funimation	330k	 PLUTO^{TV}	Pluto TV	2.6M

DIVERTISSEMENT : LES PLATEFORMES VIDÉOS AFFIRMENT LEUR LEADERSHIP

ET DEVIENNENT PEU À PEU LES POIDS LOURD DE L'INDUSTRIE DU CINÉMA

Netflix rachète le mythique cinéma Egyptian Theatre à Hollywood

Netflix prévoit d'y organiser le lancement de ses films ainsi que d'autres événements spéciaux.

Par Le Figaro avec AFP

Publié le 30 mai 2020 à 09:09, mis à jour le 30 mai 2020 à 10:36



Le cinéma de Los Angeles a été bâti en 1922 et s'enorgueillit d'avoir accueilli la première séance de promotion jamais organisée à Hollywood. Alex Millauer / Shutterstock.com

Etats-Unis: Amazon pourrait profiter de la crise pour racheter une chaîne de salles de cinéma

CINEMA Le géant de l'e-commerce s'intéresserait aux salles de cinéma du groupe AMC

Etienne Froment pour 20 Minutes | Publié le 13/05/20 à 11h10 — Mis à jour le 13/05/20 à 11h10

0 COMMENTAIRE 14 PARTAGES



Amazon pourrait racheter une chaîne de cinémas aux Etats-Unis — Geeko

La [fermeture des cinémas](#) aux Etats-Unis a lourdement affecté le chiffre d'affaires de plusieurs groupes dont le groupe AMC, qui était déjà dans une [situation compliquée](#) avant la crise du Covid 19. Le géant de l'e-commerce [Amazon](#) aurait débuté, dans ce contexte, des négociations avec le groupe en vue d'un potentiel rachat, selon le Daily Mail.

SOCIAL + VIDEO : REPENSER LA FASHION WEEK ONLINE OU EN HYBRIDE?

UNE TENDANCE TEMPORAIRE OU UNE ÉVOLUTION LONG TERME?



SHANGHAI FASHION WEEK
avec Taobao Live (Alibaba)
2.82M \$ de CA



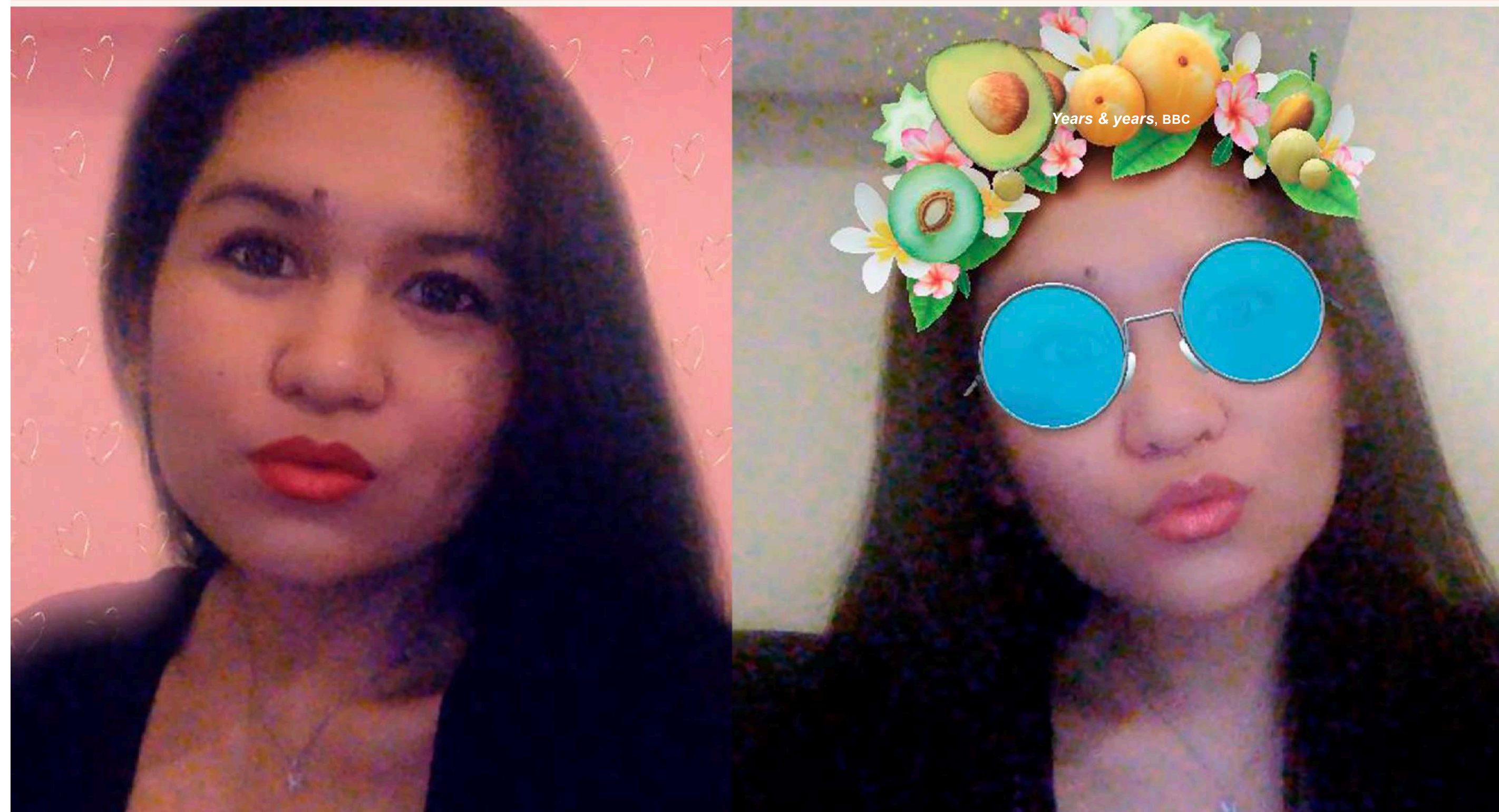
QUAND MOBILE + FILTRE EN RÉALITÉ AUGMENTÉE + SOCIAL+ VIDEO SE MIXENT...

QUAND LES **PRATIQUES PERSO** DÉBARQUENT DANS **L'UNIVERS PRO**

L'Oréal Launched Snap Camera Filter, and I Tried It in Zoom Meetings

The eight-filter app allows you to "play" with fun hair and makeup looks without getting out of bed.

BY AUDREY NOBLE
May 5, 2020



**How to Use LinkedIn Stories
for Your Business**

ASICS TESTE LA CONFÉRENCE DE PRESSE EN RÉALITÉ VIRTUELLE

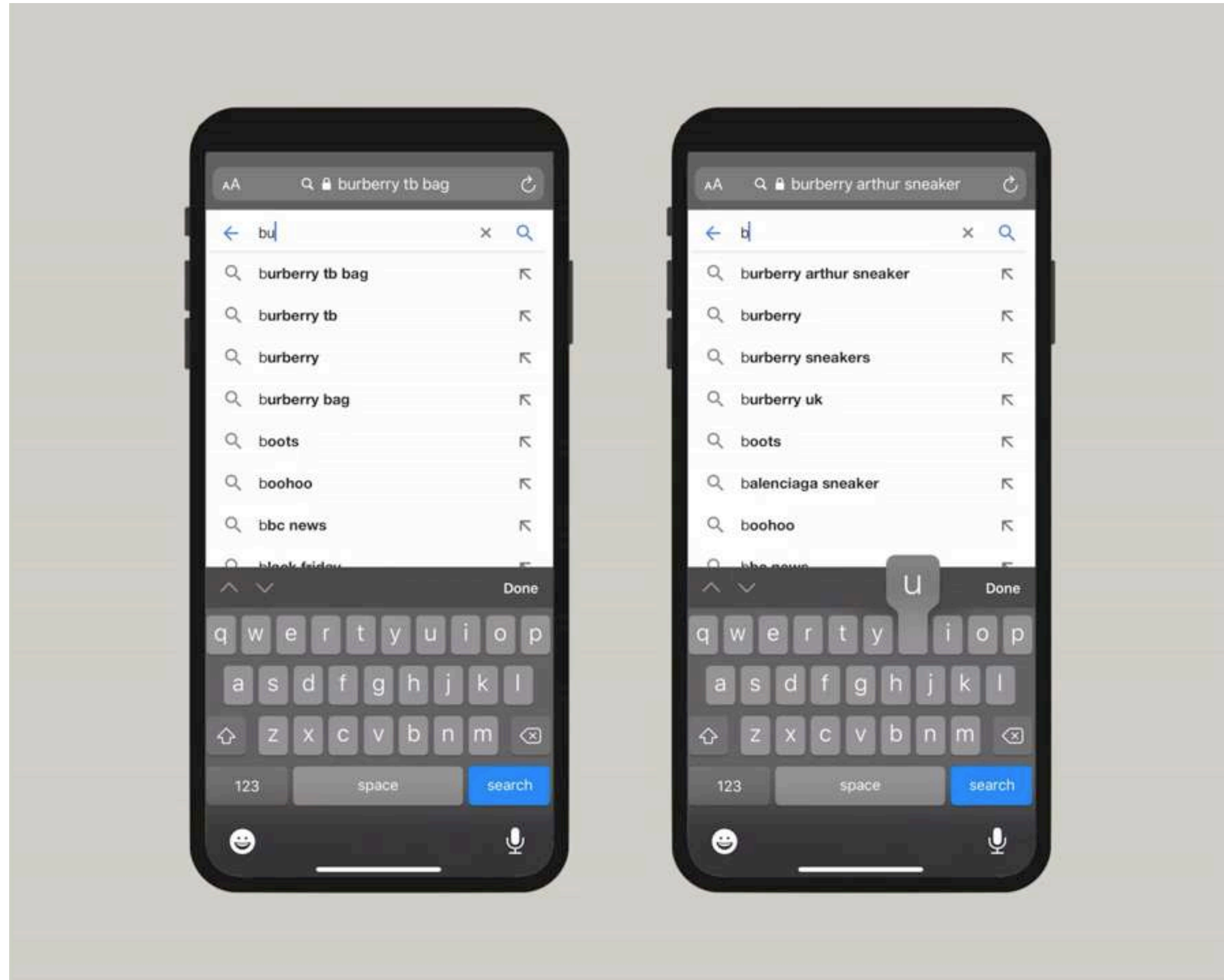


METARACER™



ESSAYER DES PRODUITS GRÂCE À LA **RÉALITÉ AUGMENTÉE**

BURBERRY X GOOGLE SEARCH



GUCCI X SNAPCHAT



LES MÉDIA SOCIAUX CONTINUENT DE GAGNER EN USAGE ET EN INFLUENCE

LES CLIENTS SE RÉFÈRENT À DIFFÉRENTS INFLUENCEURS SELON LES SUJETS

Personal

Boardrooms

Millennials have diverse friend groups for specialized advice, but Zs curate their feeds to get expert advice from influencers in different fields.



LA RÉALITÉ SE MÊLENT DE PLUS EN PLUS AVEC LE VIRTUEL

CERTAINS AVATARS DEVIENNENT DES INFLUENCEURS IMPORTANTS SUR LES MÉDIA SOCIAUX

Lil Miquela pour Calvin Klein
avec Bella Hadid



L'influenceuse virtuelle d'Instagram (2,3M followers) floute chaque jour un peu plus les frontières entre réalité et virtuel...

Margot, [Shudu](#) and Zhi pour Balmain



Et pourquoi pas acheter des vêtements digitaux pour votre avatar avec [Itsclo3D](#)

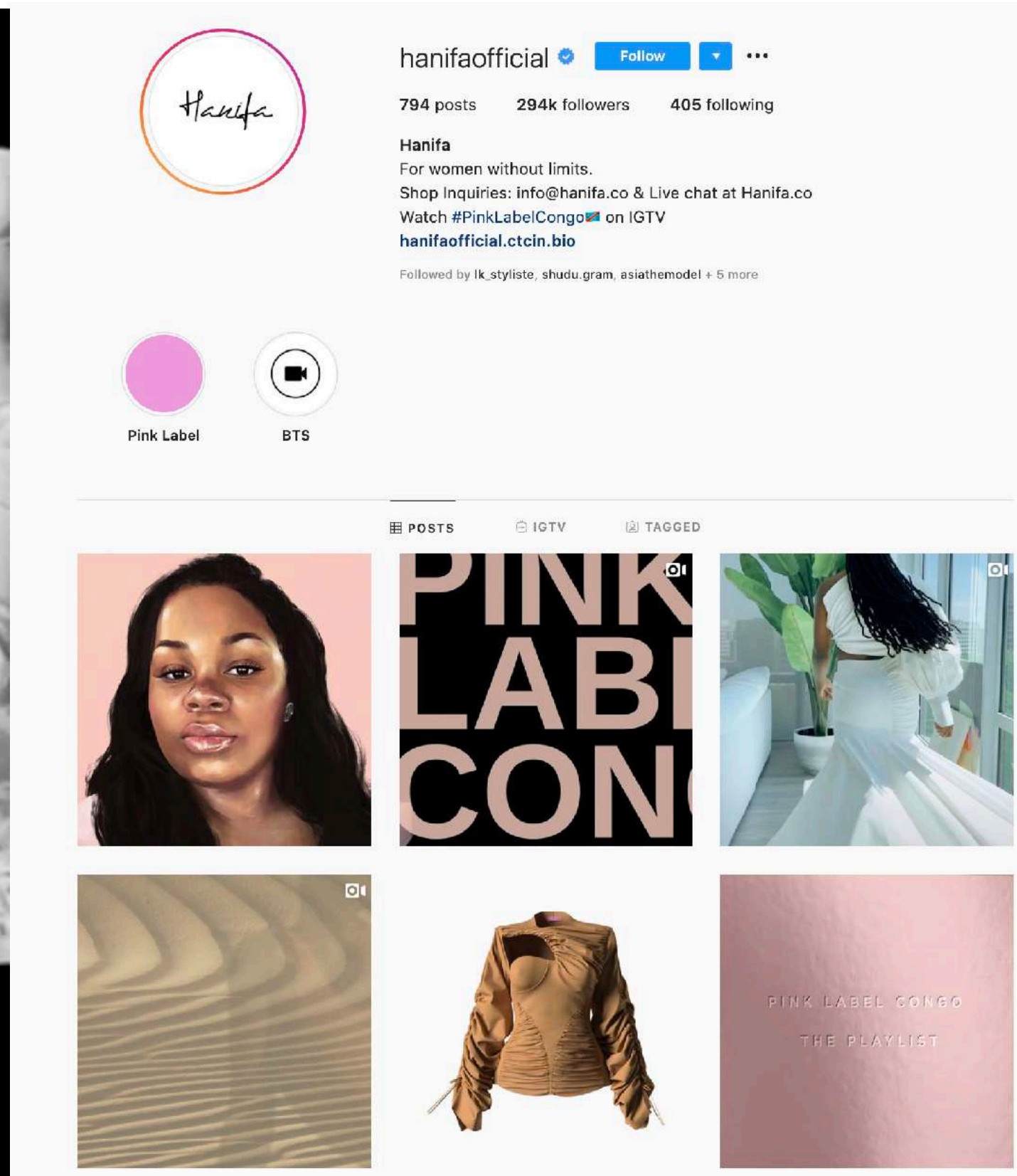
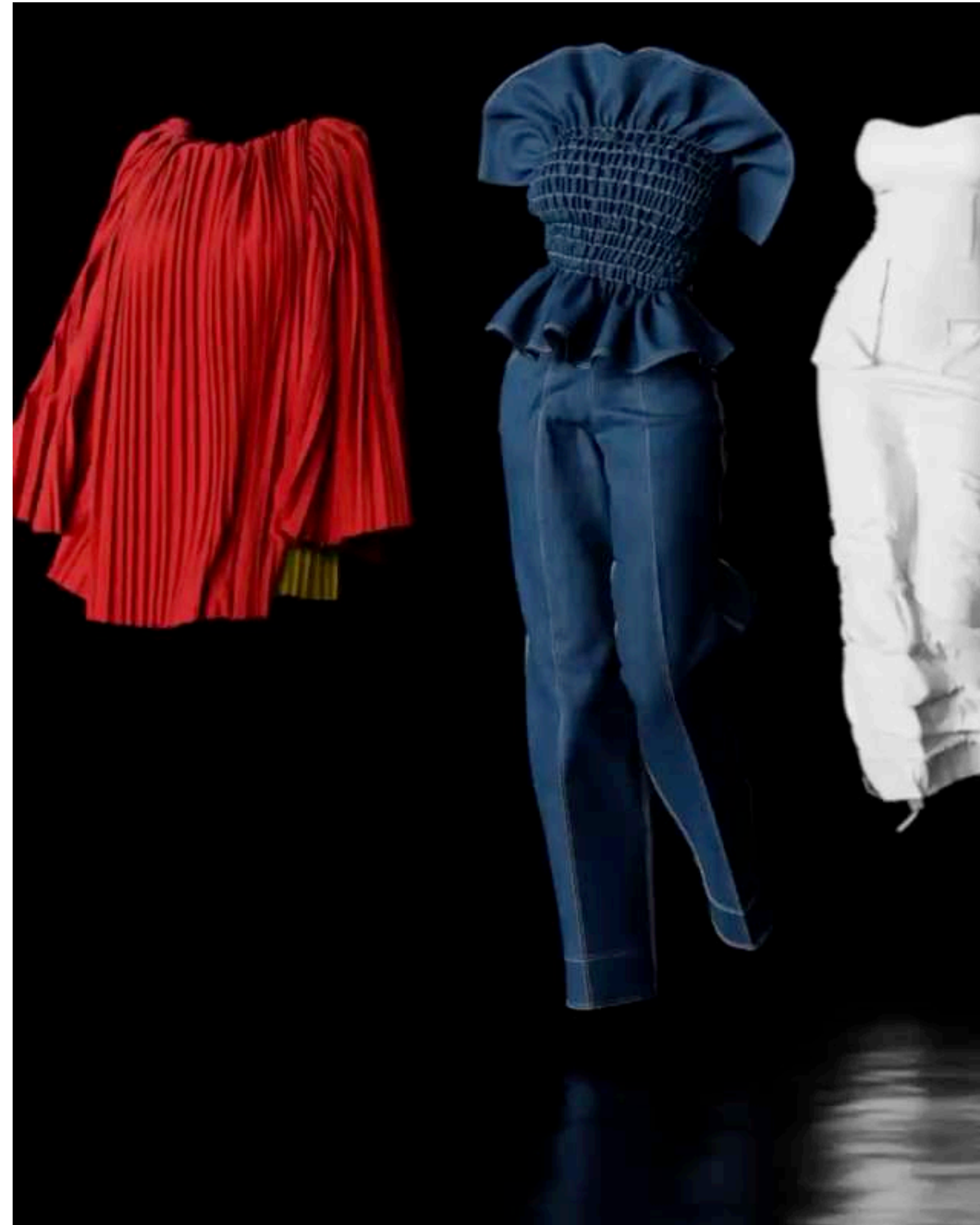
Yoox et Daisy, l'égérie virtuelle ou réelle?



On retrouve aussi Daisy sur YOOX MIRROR, leur showroom en mode Sims

LA RÉALITÉ SE MÊLENT DE PLUS EN PLUS AVEC LE VIRTUEL

OU POURQUOI PAS SE PASSER DE MANNEQUINS : DÉFILÉ#PINKLABELCONGO DE HANIFA.CO



LES JEUX VIDÉOS DEVIENNENT EUX AUSSI DES PLATEFORMES SOCIALES

LES GAMERS PLUS CONNECTÉS QUE JAMAIS POUR S'AFFRONTÉ EN LIGNE

Les jeux vidéos conseillés par l'OMS



Call of Duty: Warzone 6M joueurs en 24h, 50M en 30j



Fortnite dépasse les 350M de joueurs!



L'OMS (Organisation mondiale de la santé) s'est associée à de grands éditeurs de jeux, notamment Activision Blizzard (*Call of Duty*, *World of Warcraft*) pour la campagne #PlayApartTogether ("Jouez séparément mais ensemble") comme support prévention contre le coronavirus.

LES JEUX VIDÉOS DEVIENNENT EUX AUSSI DES PLATEFORMES SOCIALES

LE SUCCÈS DES JEUX DE CRÉATION / COLLABORATION : UN REFUGE ET UNE BULLE CONTRÔLABLE

Nintendo séduit 11M users



Gémo y ouvre son magasin, et y présente sa nouvelle collection



La politicienne US, AOC y fait même du porte à porte



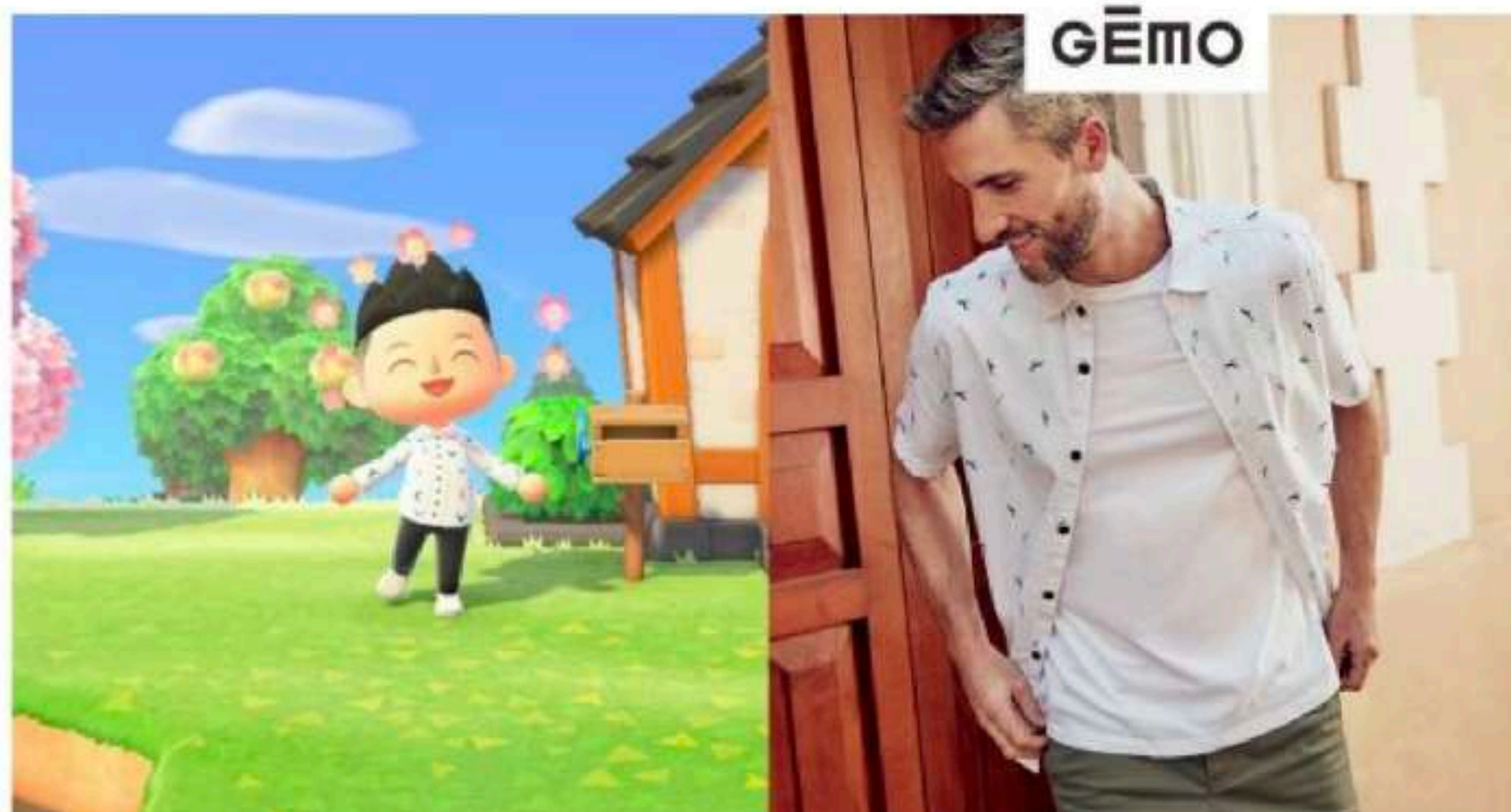
Alexandria Ocasio-Cortez, députée américaine, à rencontré ces concitoyens sur la plateforme

GÉMO TESTE LE DÉFILÉ EN RÉALITÉ VIRTUELLE



Gémo fait le pari de présenter sa nouvelle collection dans... "Animal Crossing"

(Relaxnews) - Difficile pour les marques de shooter leur(s) nouvelle(s) collection(s) pour les présenter au public en période de confinement. L'enseigne de prêt-à-porter et d'accessoires Gémo se réinvente et innove en dévoilant les modèles phare de la saison dans un jeu vidéo, "Animal Crossing", et crée même un véritable défilé et un magasin pour permettre au plus grand nombre d'accéder à son univers de la manière la plus ludique qui soit.



LES JEUX VIDÉOS DEVIENNENT EUX AUSSI DES PLATEFORMES SOCIALES

LES METAVERS PERMETTENT DE S'ÉCHAPPER DANS DES MONDES VIRTUELS SANS CONTRAINTES PHYSIQUES

**Minecraft atteint 200M
de jeux vendus**



Malgré un lancement il y a 11 ans, la plateforme rachetée par Microsoft voit sa popularité continuer de grandir.

**Second Life existe toujours
après 17 années**



**Roblox cartonne auprès de
115 M de 9-12 ans**



Une plateforme valorisée à plus de 4 milliards de dollars.

LES JEUX VIDEOS COMME ESPACES SOCIAUX : LE CONCERT DE TRAVIS SCOTT SUR FORTNITE



VENDREDI 24 AVR. 2020 À 01 H UTC+2
VENDREDI 24 AVR. 2020 À 16 H UTC+2
SAMEDI 25 AVR. 2020 À 06 H UTC+2
SAMEDI 25 AVR. 2020 À 17 H UTC+2
DIMANCHE 26 AVR. 2020 À 00 H UTC+2

12,3M DE PERSONNES EN LIVE EN 5 DATES!

BEGINNING SOON

3 Intensity



Stella Chung

@ParallaxStella



DIVERTISSEMENT : LES JEUX VIDÉOS VONT INSPIRER LE TRAVAIL DE DEMAIN

LES **METAVERS** OUVRENT LA VOIE POUR LE TÉLÉTRAVAIL, LA COLLABORATION ET LES CONFÉRENCES EN LIGNE

La conférence Laval Virtual en VR cette année



5.000 avatars ont assisté au salon qui avec le covid-19 c'est déroulé 100% en univers virtuel

Facebook Horizon : futur du jeu VR ou du télétravail?



Les premiers test utilisateurs ont été lancé en mai 2020, sur base de ses casques Oculus.

Des dizaines de startups travaillent sur la collab en VR



Malgré la demi faillite de Magic Leap, de nombreux acteurs visent le marché B2B, en particuliers depuis le covid-19

5.2

EVERYWHERE COMMERCE: RÉINVENTER LE SHOPPING

SHOPPING : UN E-COMMERCE : DÉJÀ EN CROISSANCE PRÉCOVID-19

shopifyplus

10 largest ecommerce markets

By billions of USD



SHOPPING : UN E-COMMERCE DOPÉ PAR LES DNVB (DIGITAL NATIVE VERTICAL BRANDS) PRÉCOVID-19



HARRY'S

allbirds

S É Z A N E

EVERLANE

HORACE

Glossier.

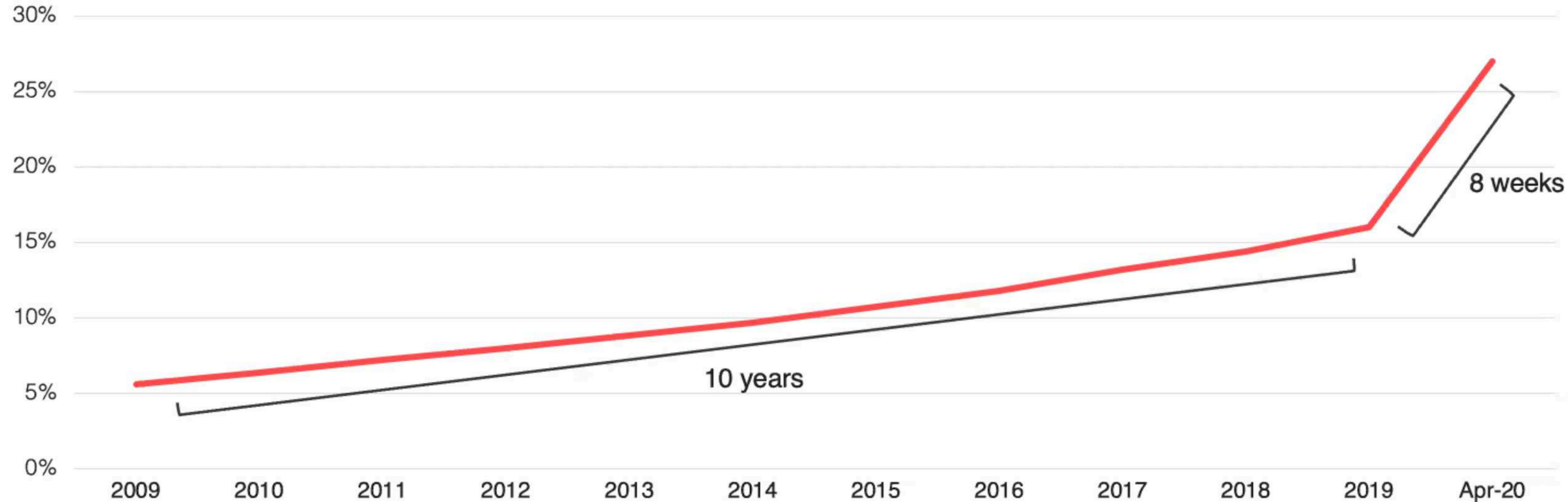
soylent

WARBY PARKER

DOLLAR SHAVE CLUB

AUTHENTICITÉ / CUSTOMER CENTRIC / UX ET CX SUPÉRIEURS / AGILITÉ

ÉVOLUTION DE L'E-COMMERCE AUX USA DEPUIS 2009 JUSQU'À 2020 : DES ANNÉES DE PROGRESSION EN QLOQ SEMAINES



SOURCE : BANK OF AMERICA | Scott Galloway

SHOPPING & COVID19 : LE E-COMMERCE A EXPLOSE + VITE POUR DEVENIR INCONTOURNABLE

Le comportement d'achat des Français s'est profondément modifié durant la crise du COVID-19 en faveur du online



Part des foyers ayant commandé online



Part de marché des dépenses online

Source : Kantar, Panel Online PGC FLS – Univers Généralistes - P3+P4+P5 2019 vs P3+P4+P5 2020 soit 12 semaines du 9/2/2020 au 17/5/2020

UNE HAUSSE DU DRIVE PAS SIMPLE À GÉRER QUAND ON EST PAS PRÊT

Ces changements brusques et rapides ont profondément perturbé les enseignes

Online



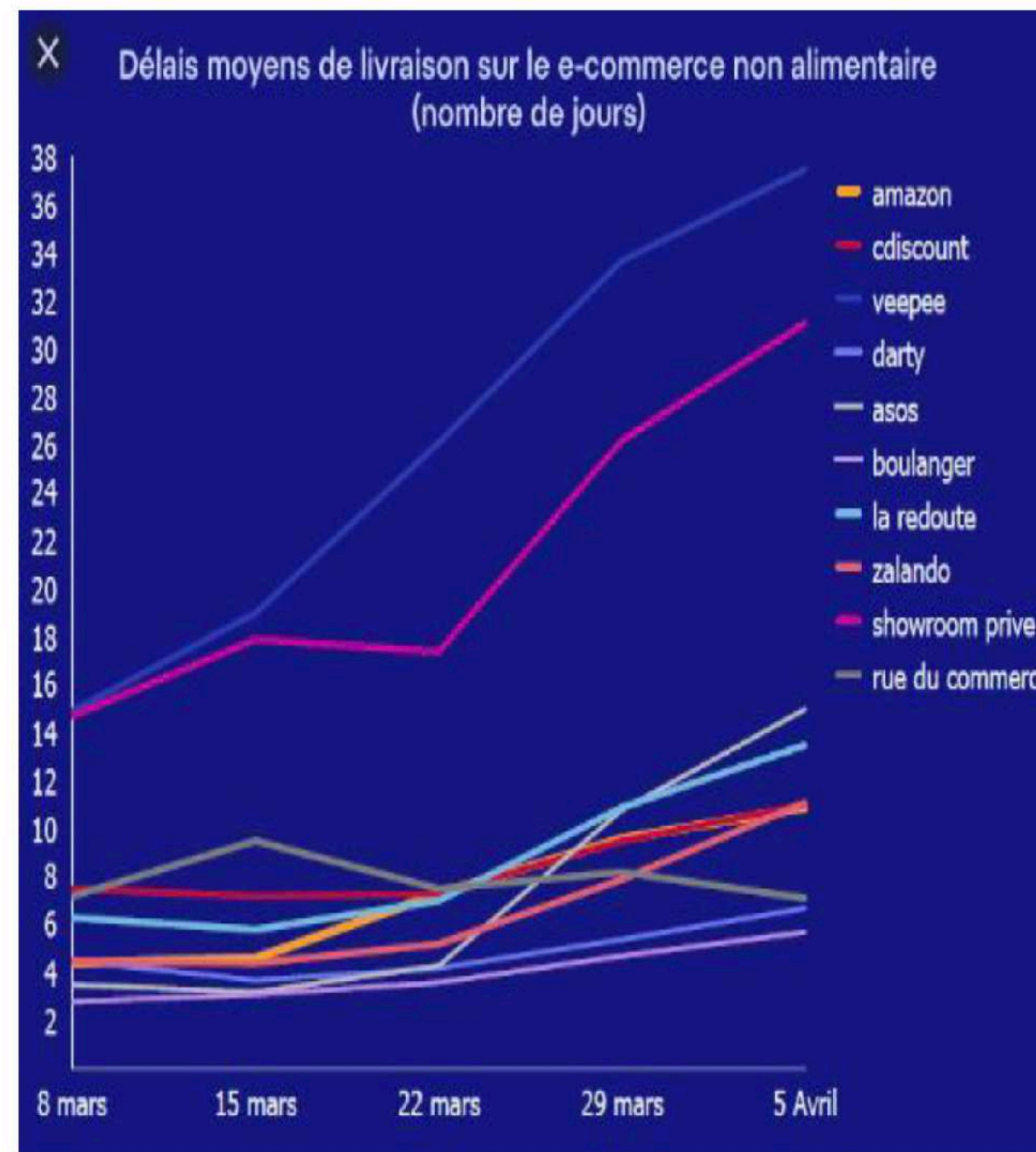
Économie

Coronavirus : faire ses courses via les drives est toujours aussi difficile

La demande est tellement forte qu'il est très compliqué d'«accrocher» un créneau et ainsi commander ses provisions sur les drives des enseignes. Le phénomène «no show» n'aide pas.



Absence de créneau Drive



Hausse des délais de livraisons

Offline



Ruptures de Stocks

AMAZON : LE GRAND GAGNANT DE LA CRISE

**En 2 mois \approx 10
ans de PDM aux
USA**

**+2,4 millions de
nouveaux foyers
en France**

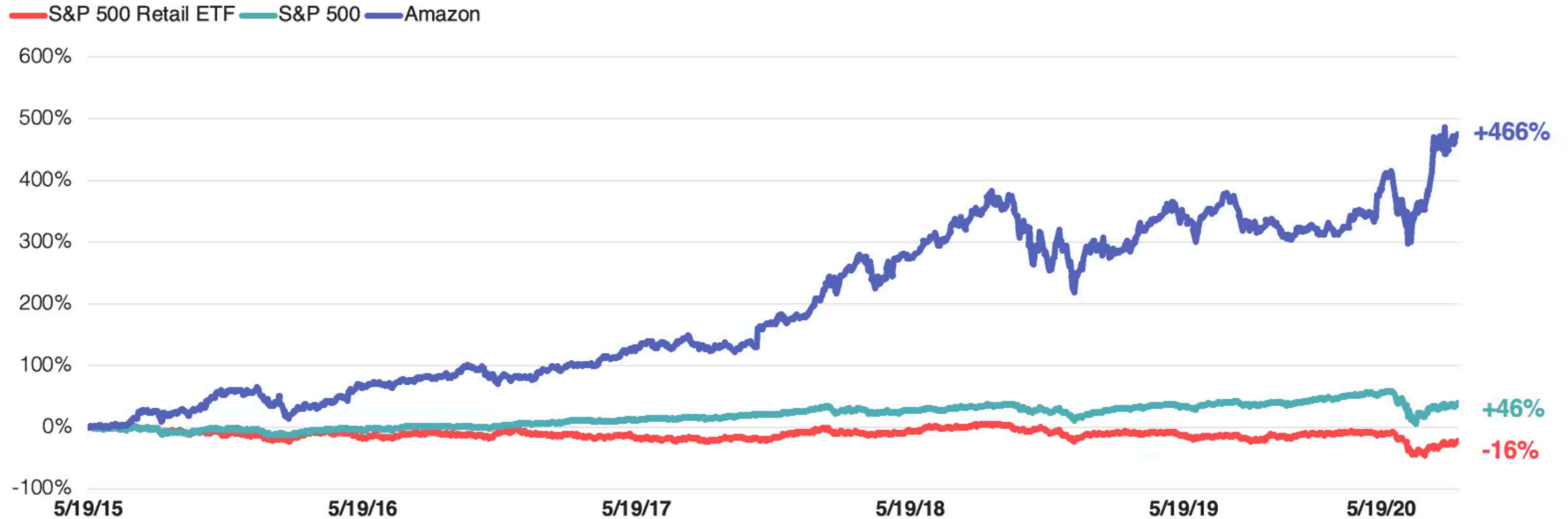
**+30% de valeur
Boursière depuis
le début de
l'année**



MALGRÉ LE COVID19, LES GRANDS ONT MÊME PROGRESSÉ!

5-Year Stock Performance of S&P 500 v. S&P 500 Retail ETF and Amazon

June 2014 – June 2020



Source: Yahoo Finance.

From Natalie Malevsky to Everyone



MALGRÉ LE COVID19, LES GRANDS ONT MÊME PROGRESSÉ!

Retailer Change in Market Cap

January - May 2020



Source; Prof G analysis of Seeking Alpha.



AMAZON QUI SE RENFORCE ENCORE PENDANT LA CRISE

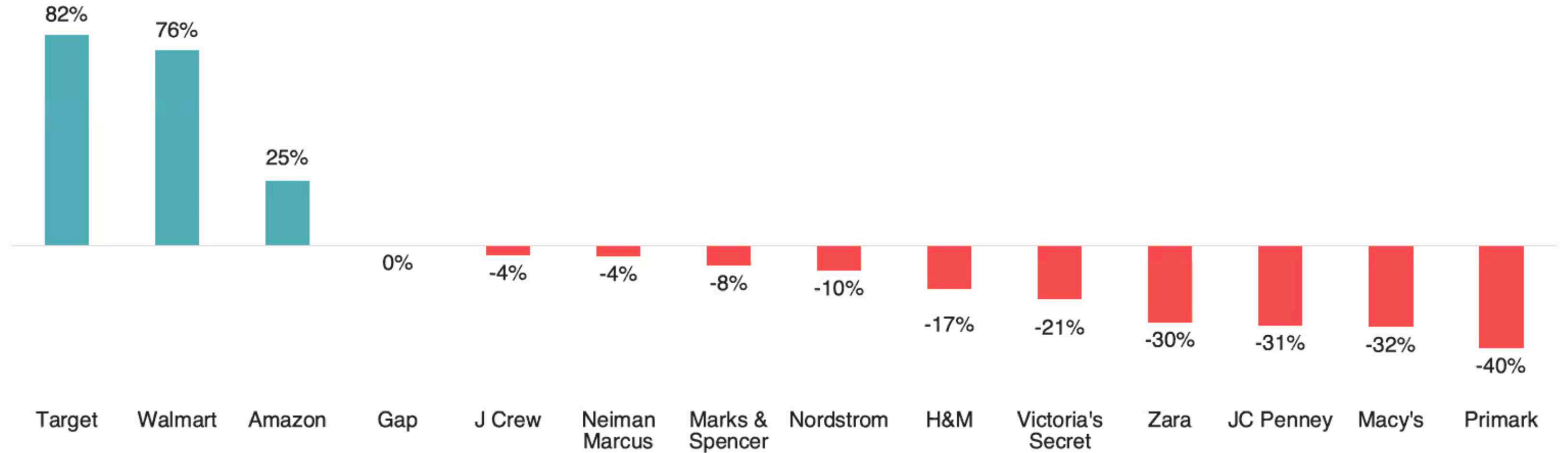
Devinez
le nombre d'employés
d'**amazon** dans le monde?



MALGRÉ LE COVID19, LES GRANDS ONT MÊME PROGRESSÉ!

Year-Over-Year Change in Monthly Site Visits

April 2019 vs. April 2020



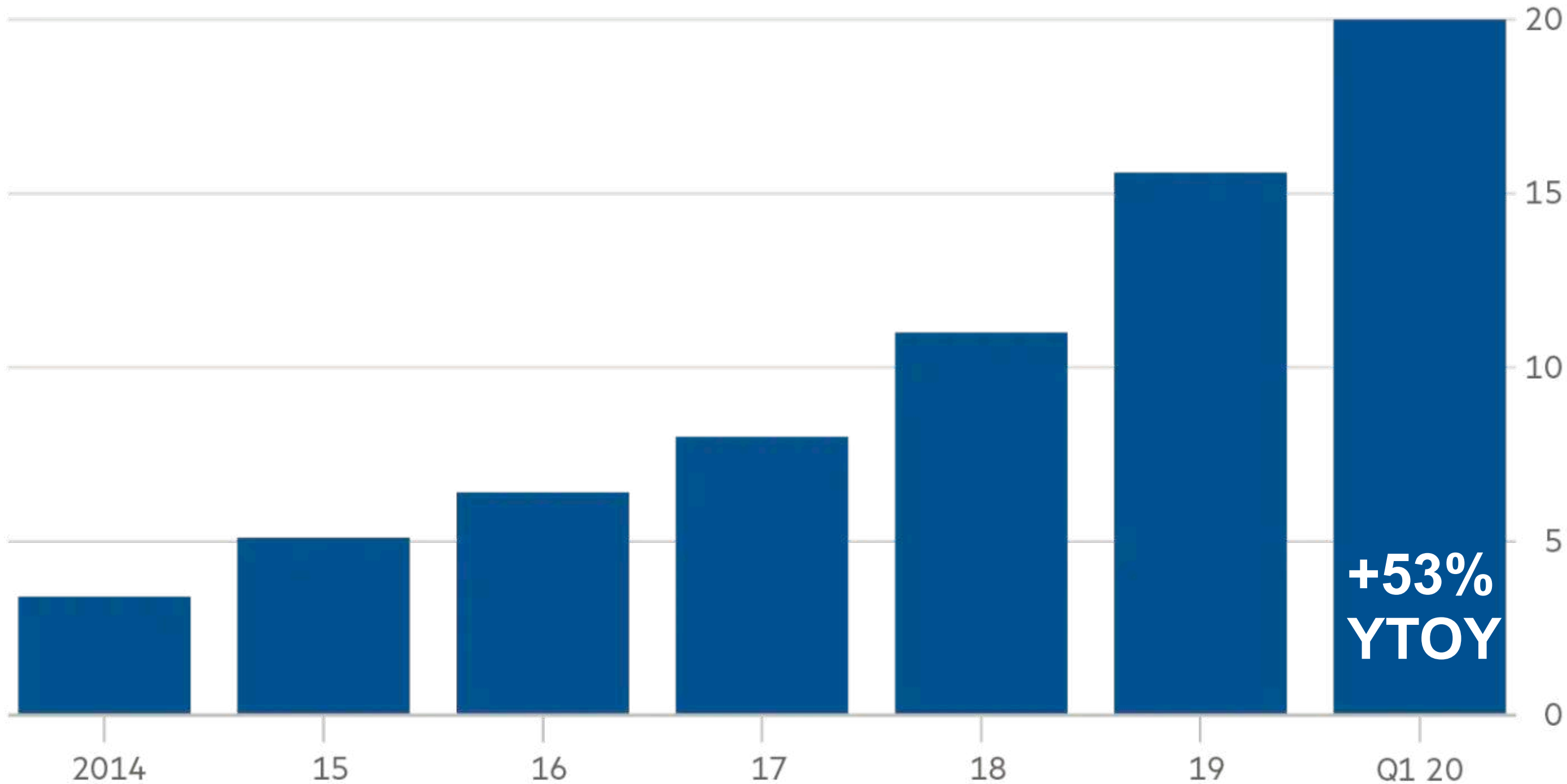
Source: Prof G analysis of SimilarWeb data.



LES MARQUES QUI AVAIENT INVESTI SUR L'E-COM EN ONT PROFITÉ

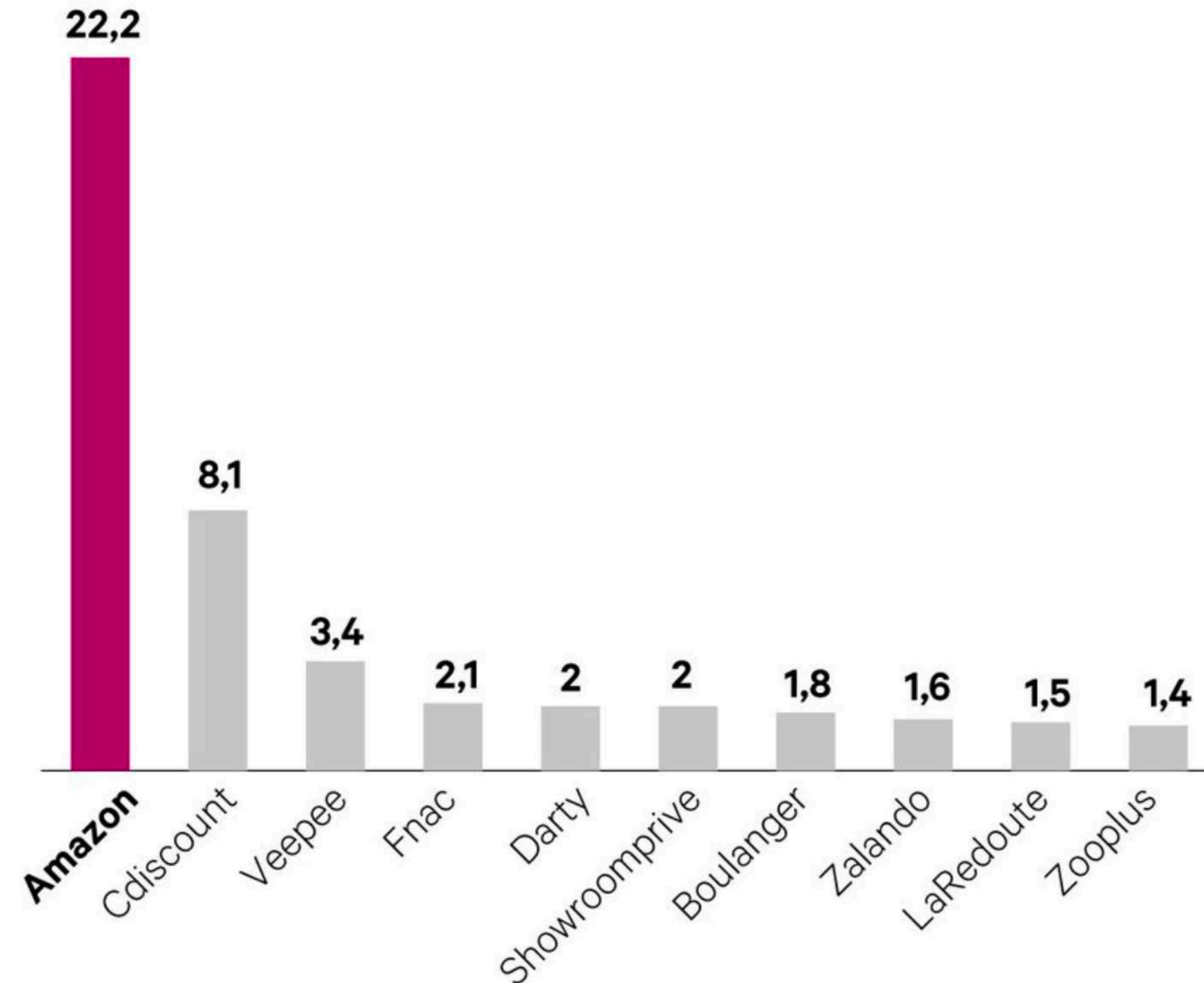
L'Oréal rising ecommerce sales

As a % of total



Source: company
© FT

Parts de marché dans les achat en ligne de biens physiques en France en 2019, en %

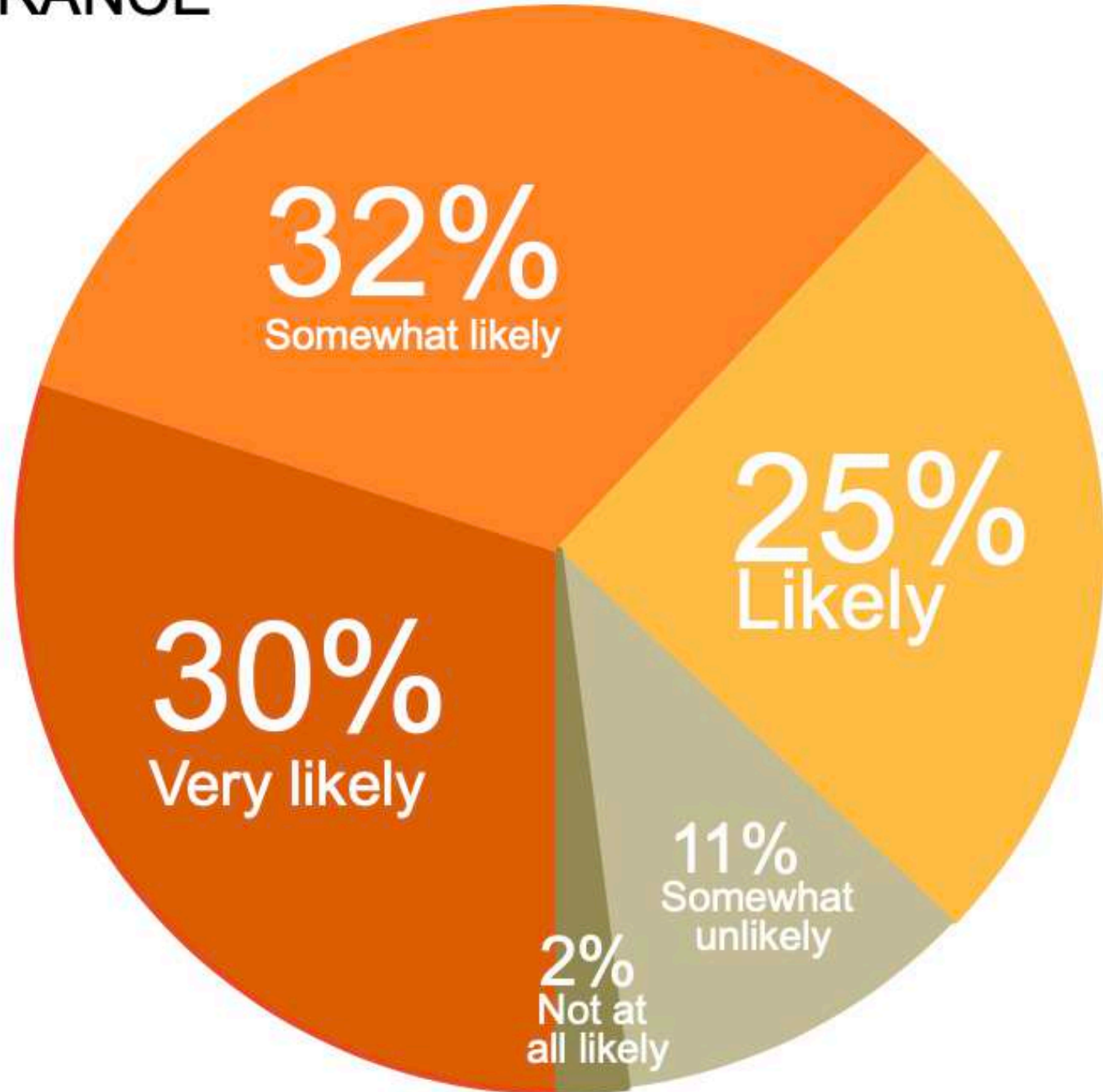


« LES ÉCHOS » / SOURCE : KANTAR

ET MÊME APRÈS LA CRISE, LA PART DU E-COMMERCE NE VAS PAS S'ÉCROULER

Likelihood to continue to shop online to the same extent once the corona virus has passed

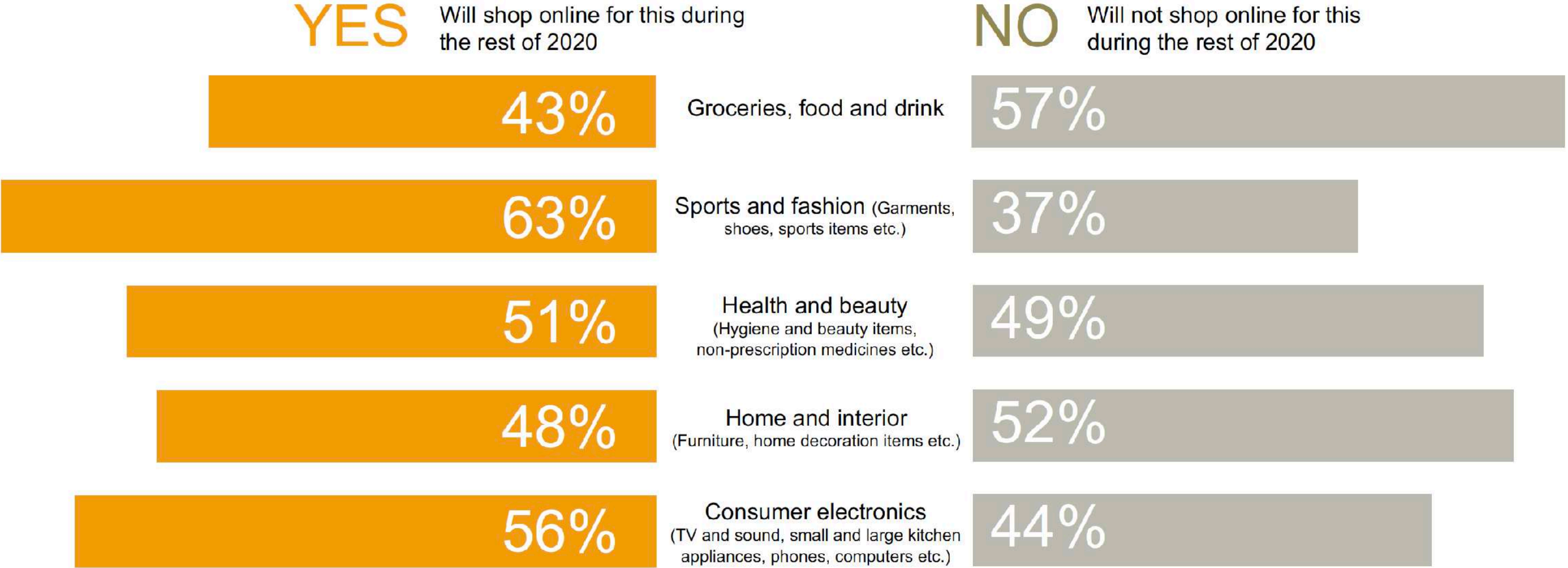
FRANCE



Source: Kantar/Detail Online

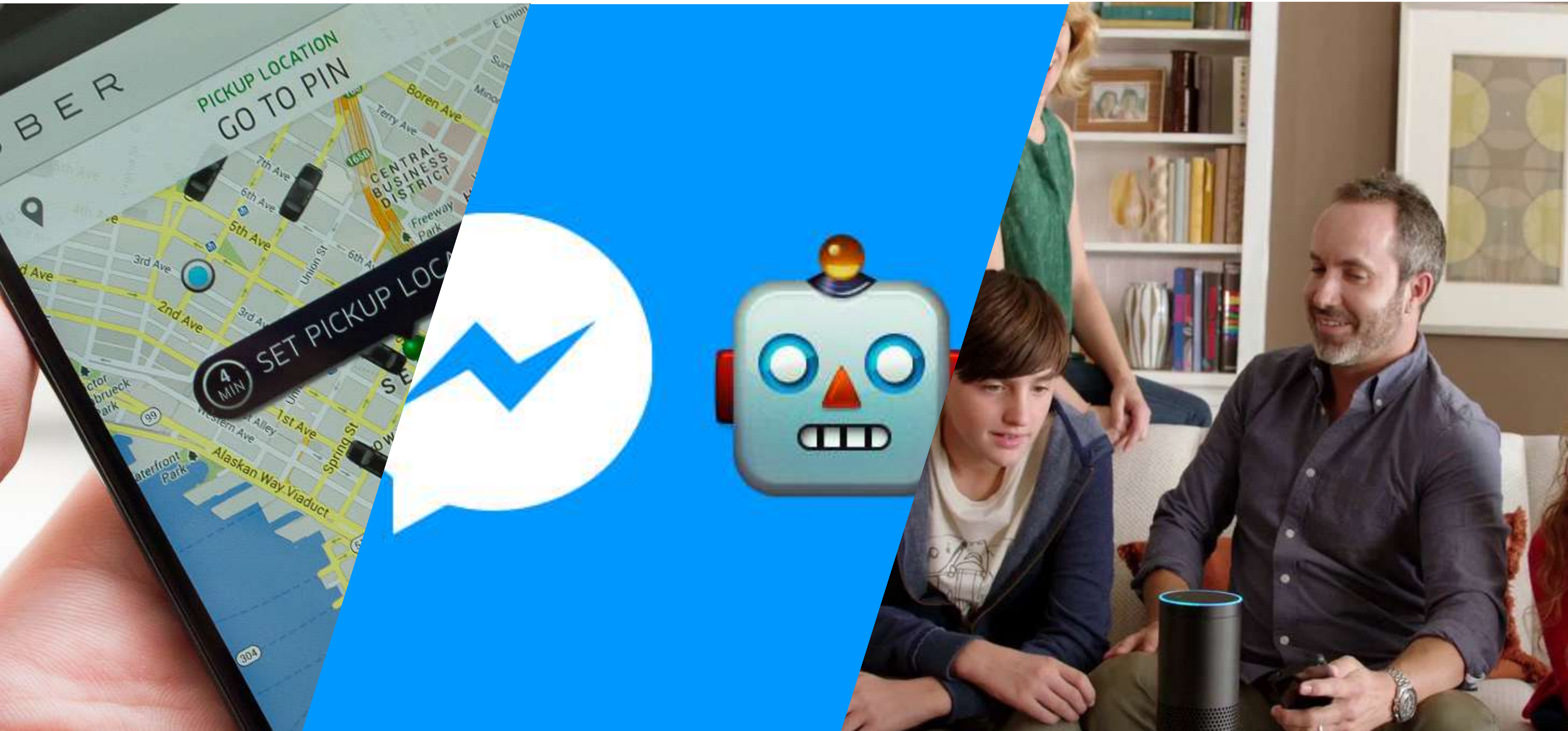
Q: How likely is it that you will continue to shop online to the same extent once the corona virus has passed in your country?
 Base: All who currently shop online, France n. 768

FRANCE

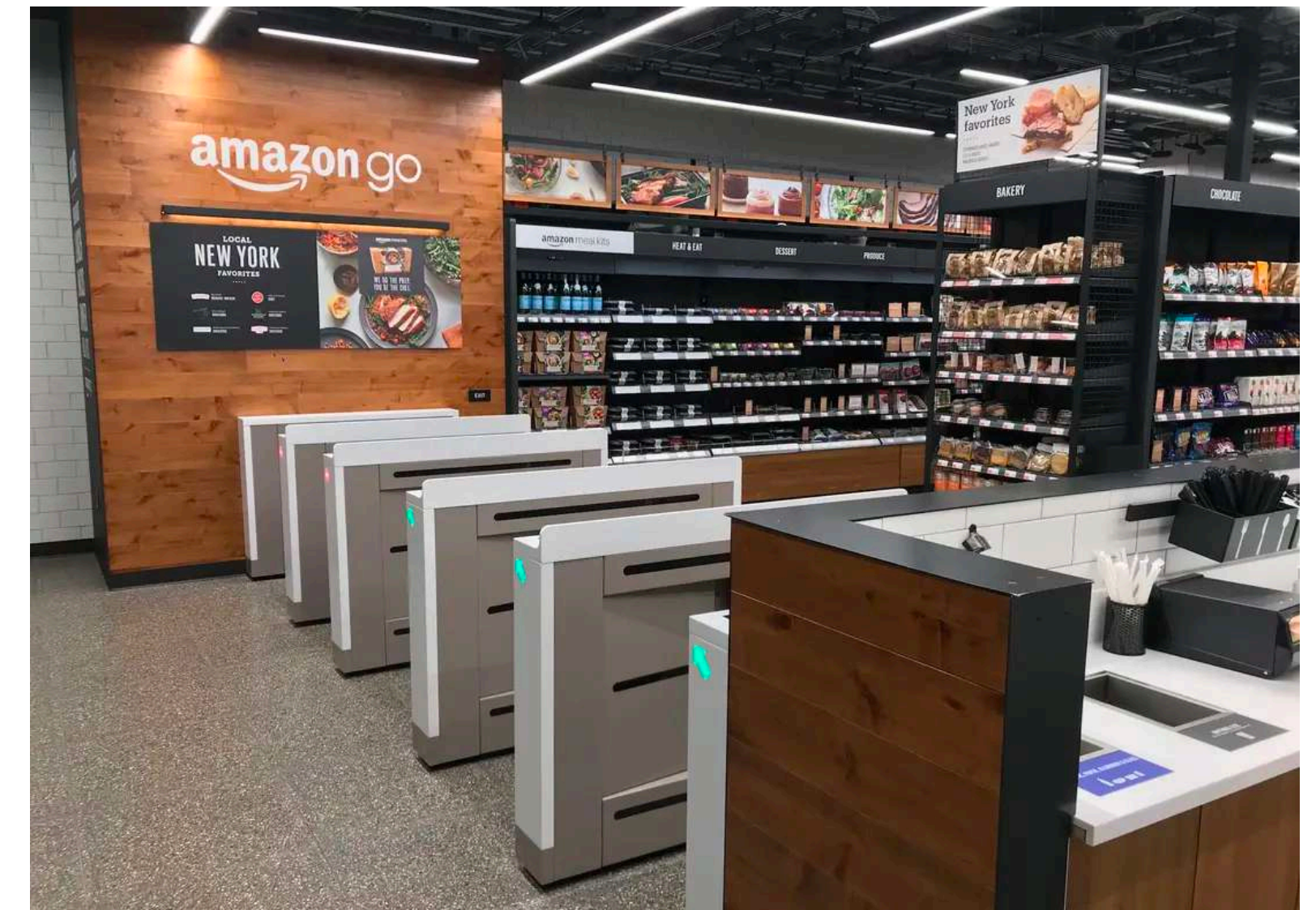


Q: You will now see various categories; for each one, do you think you will shop online for it during the rest of 2020?
 Base: All Respondents.

EVERYWHERE COMMERCE : MOBILE, CHATBOT, VOICE : ARE YOU READY?



EVERYWHERE COMMERCE : C'EST LE MARCHÉ ET LE CLIENT QUI IMPOSENT LE CHANGEMENT



LA MONTÉE EN PUISSANCE DU **SHOPSTREAMING** & DU **SOCIAL COMMERCE**

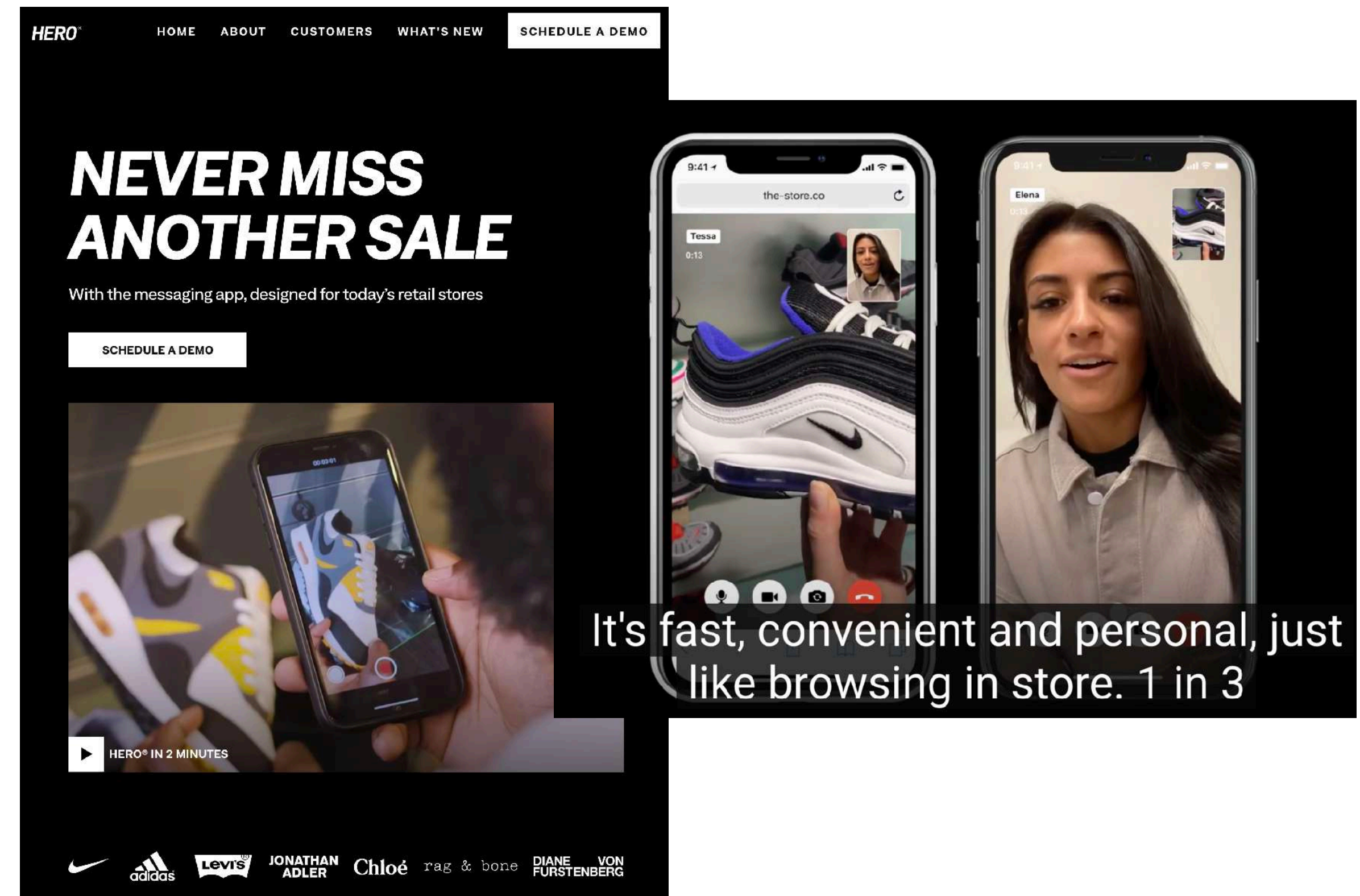
PLUS SEULEMENT ONLINE > INTERACTIF, SOCIAL, VIDEO, LIVE : LE TELESHOPPING 2.0?

INSPIRÉ PAR LA CHINE



ShopShops organise des vrais séances live depuis les magasins à travers la planète pour les Chinois

HERO : DU CLIENTELING AVEC LIVE VIDEO

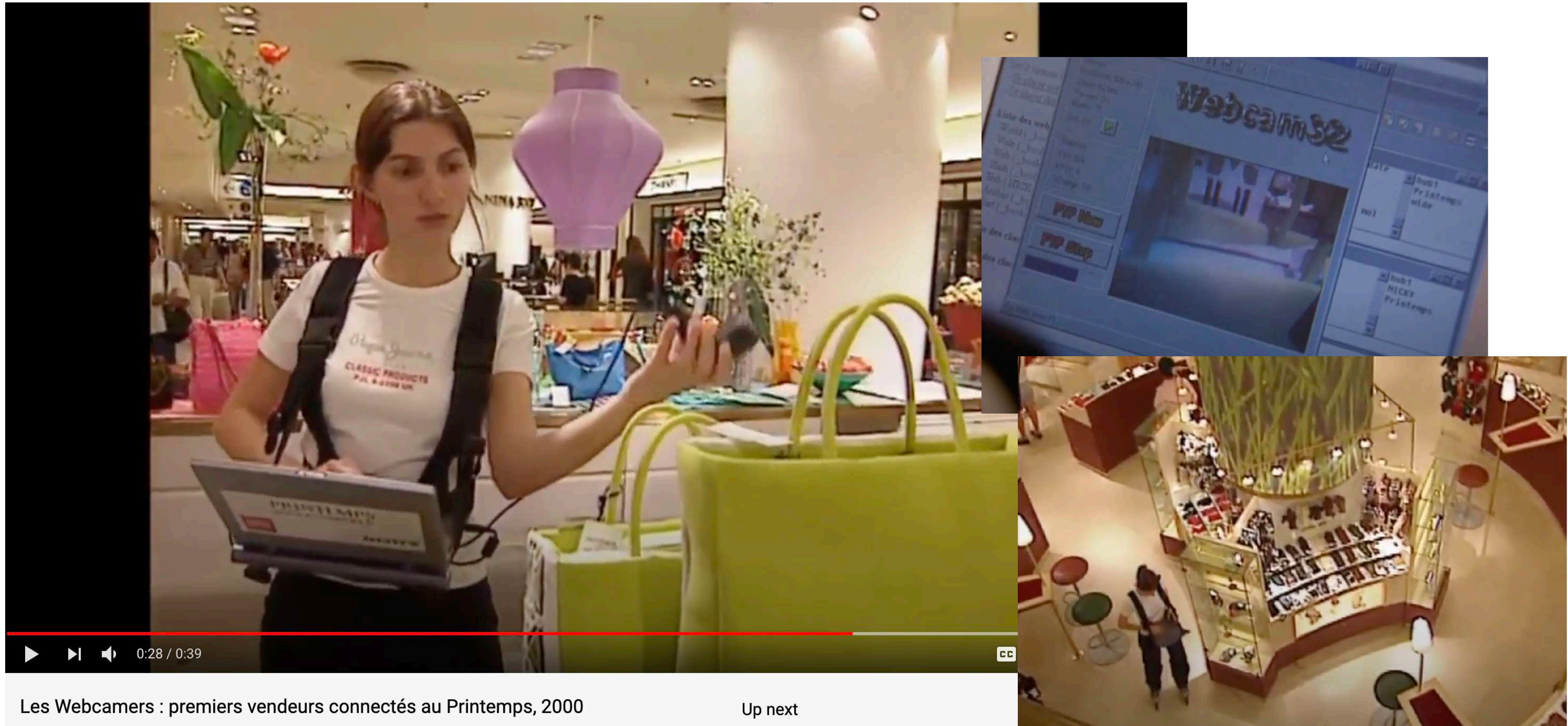


It's fast, convenient and personal, just like browsing in store. 1 in 3

Comment augmenter vos vendeurs pour passer du web chat au live vidéo pour toujours mieux conseiller vos clients.

LA MONTÉE EN PUISSANCE DU **SHOPSTREAMING** & DU **SOCIAL COMMERCE**

UN CONCEPT QUI AVAIT DÉJÀ ÉTÉ TESTÉ DÈS L'AN 2000 PAR LE PRINTEMPS ET AVEC DES ROLLERS!



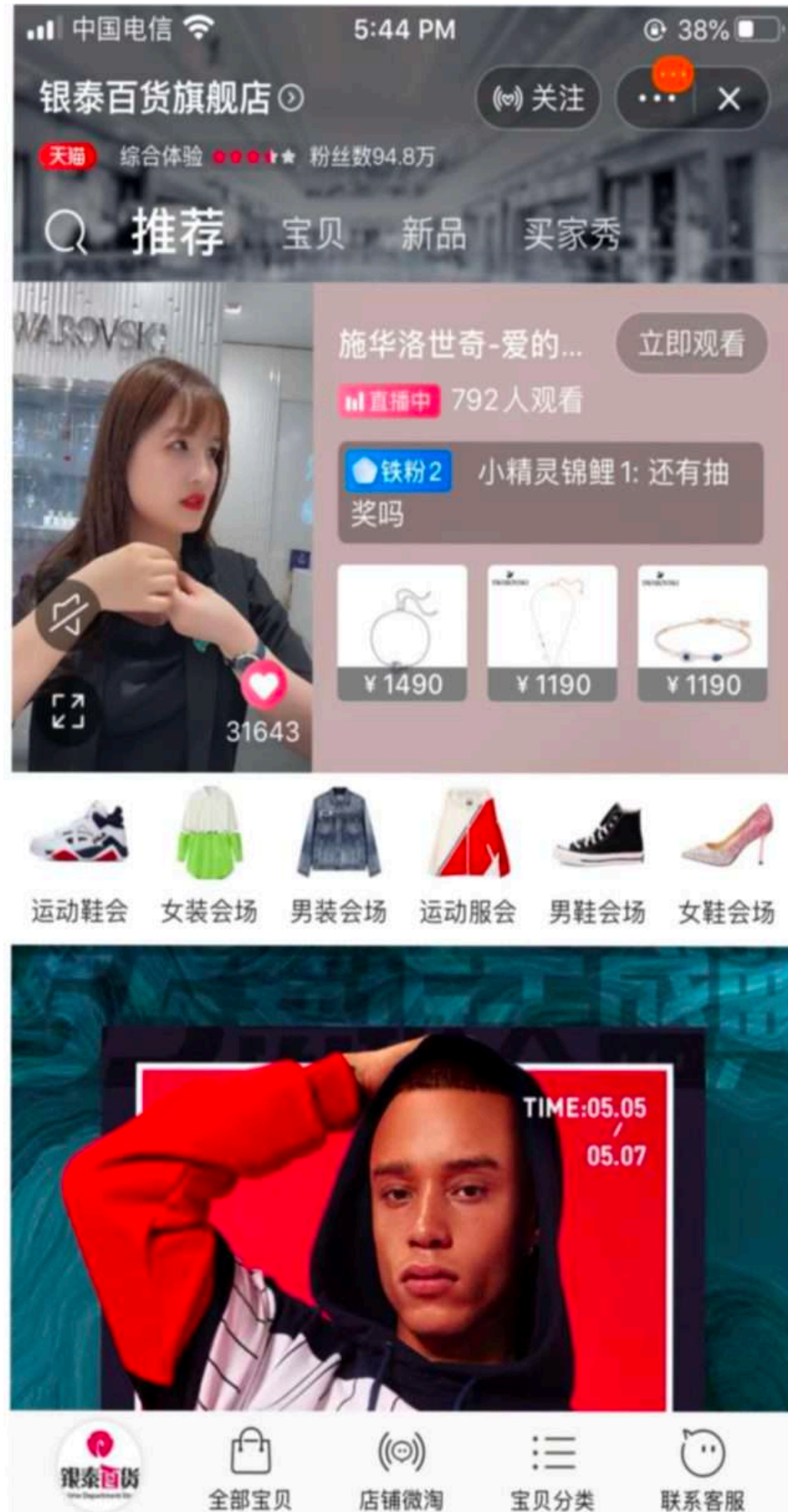
0:28 / 0:39

Les Webcamers : premiers vendeurs connectés au Printemps, 2000

Up next

LA MONTÉE EN PUISSANCE DU SHOPSTREAMING & DU SOCIAL COMMERCE

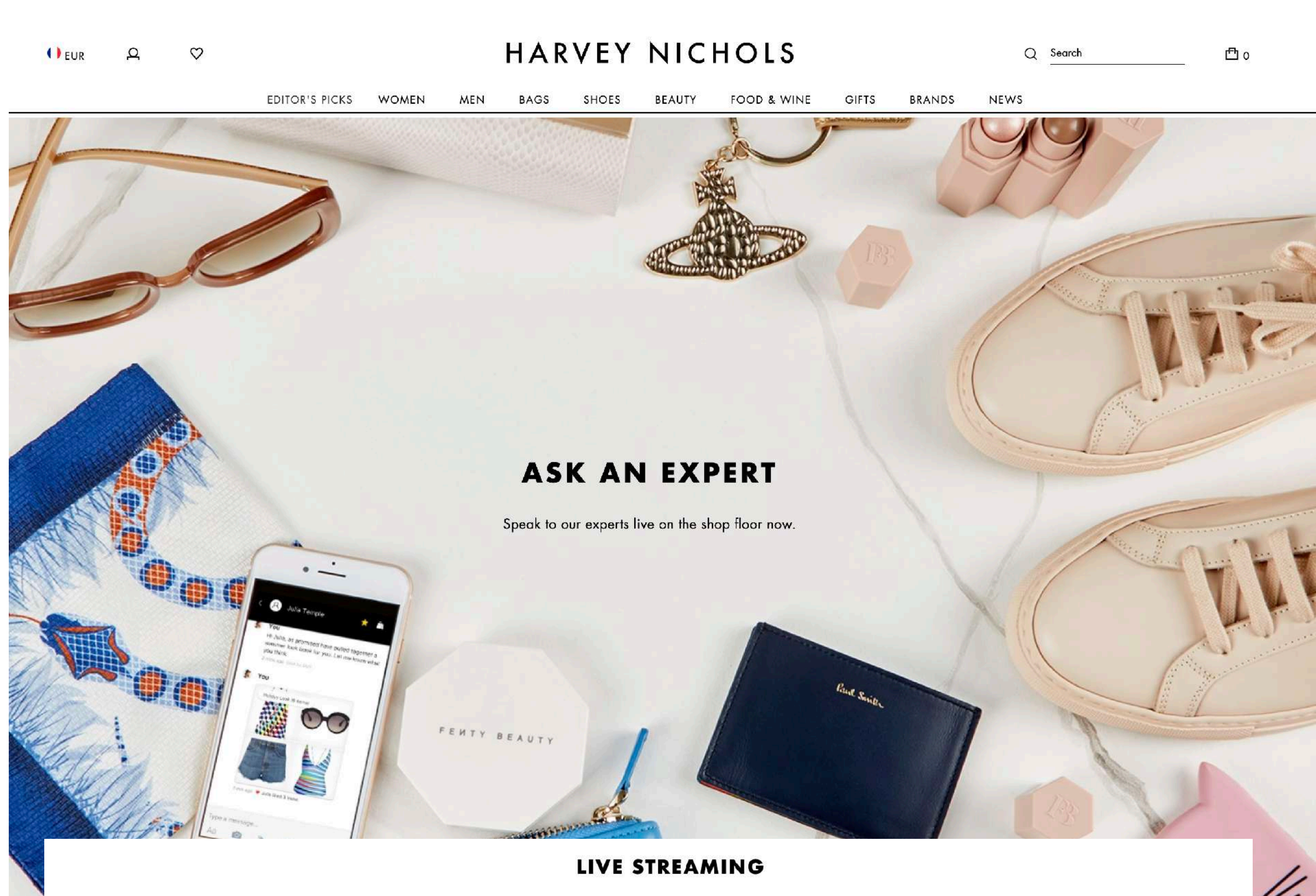
EX EN CHINE PAR INTIME (ALIBABA) : 5.000 SALES ASSOCIATES SONT PASSÉES AU LIVESTREAMING!



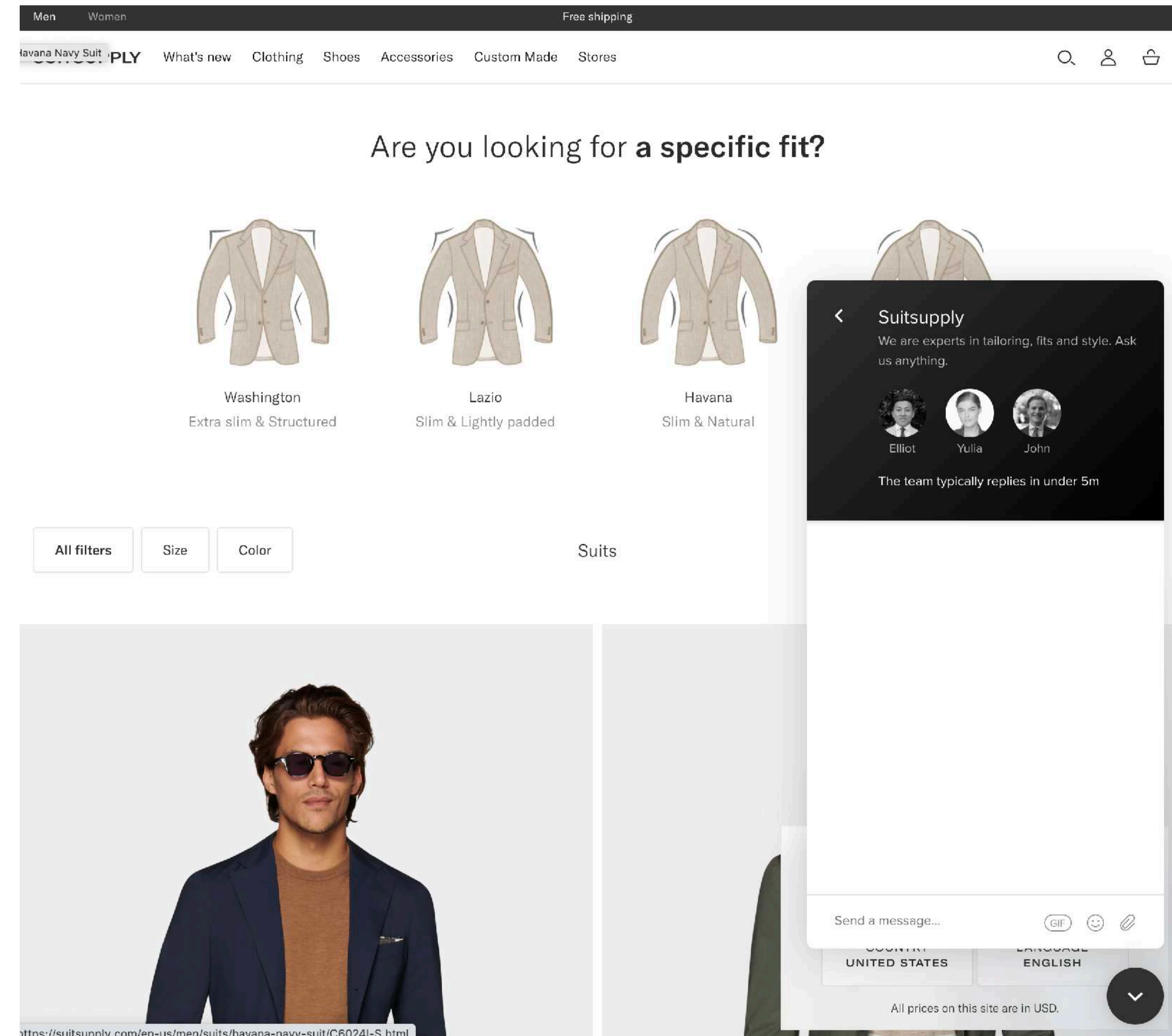
JUSQUE 200 SESSIONS / J !

LA MONTÉE EN PUISSANCE DU SHOPSTREAMING & DU SOCIAL COMMERCE

AUX ÉTATS-UNIS AUSSI : DU CLIENTELING MAIS 100% ONLINE!

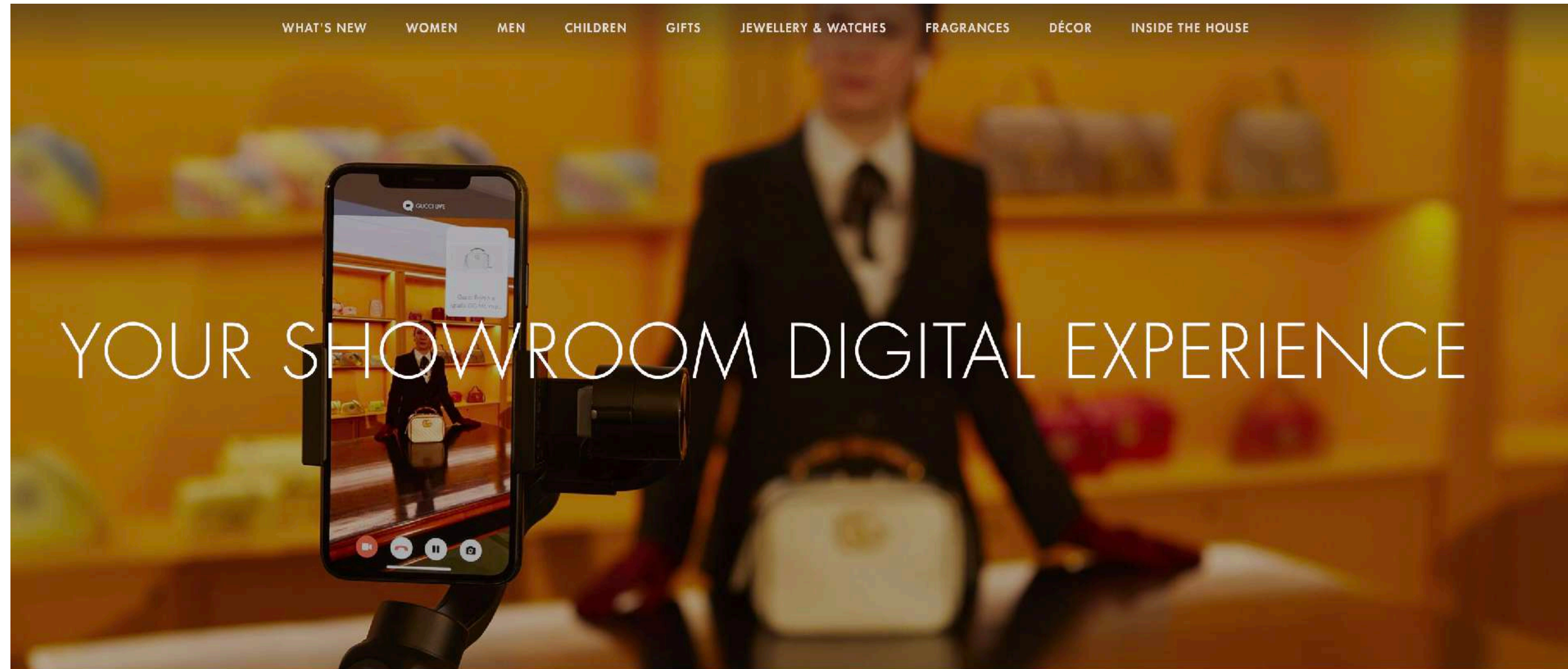


Offering a new way to shop online, with Ask an expert, you can receive images and live stream products straight from the shop floor. Ask an expert offers an interactive, multi-channel shopping experience, from showcasing store-only product and seeing the latest beauty arrivals swatched on skin, to a live-streamed walk around the store in search of the perfect gift.



LA MONTÉE EN PUISSANCE DU SHOPSTREAMING & DU SOCIAL COMMERCE

AUX ÉTATS-UNIS AUSSI : DU CLIENTELING MAIS 100% ONLINE CHEZ GUCCI



One of our Client Advisors will have the pleasure to guide you through Gucci's newest collections in a one-way video call to advise you during your shopping experience—you will not be visible.

When your Client Advisor is available, the video call icon will appear in the bottom right corner of the page.



LA MONTÉE EN PUISSANCE DU SHOPSTREAMING & DU SOCIAL COMMERCE

AU UK : LIV, ESTÉE LAUDER BEAUTY BOT, ET SON 7-NIGHT SKINCARE CHALLENGE SUR WHATSAPP

Liv's typing...



Here to help you stick to your
nightly skincare routine and more.
Because beautiful skin starts the
night before 💕💕

8.30pm

We recommend using cleanser,

SOCIAL COMMERCE : LES PLATEFORMES VEULENT DEVENIR INCONTOURNABLES

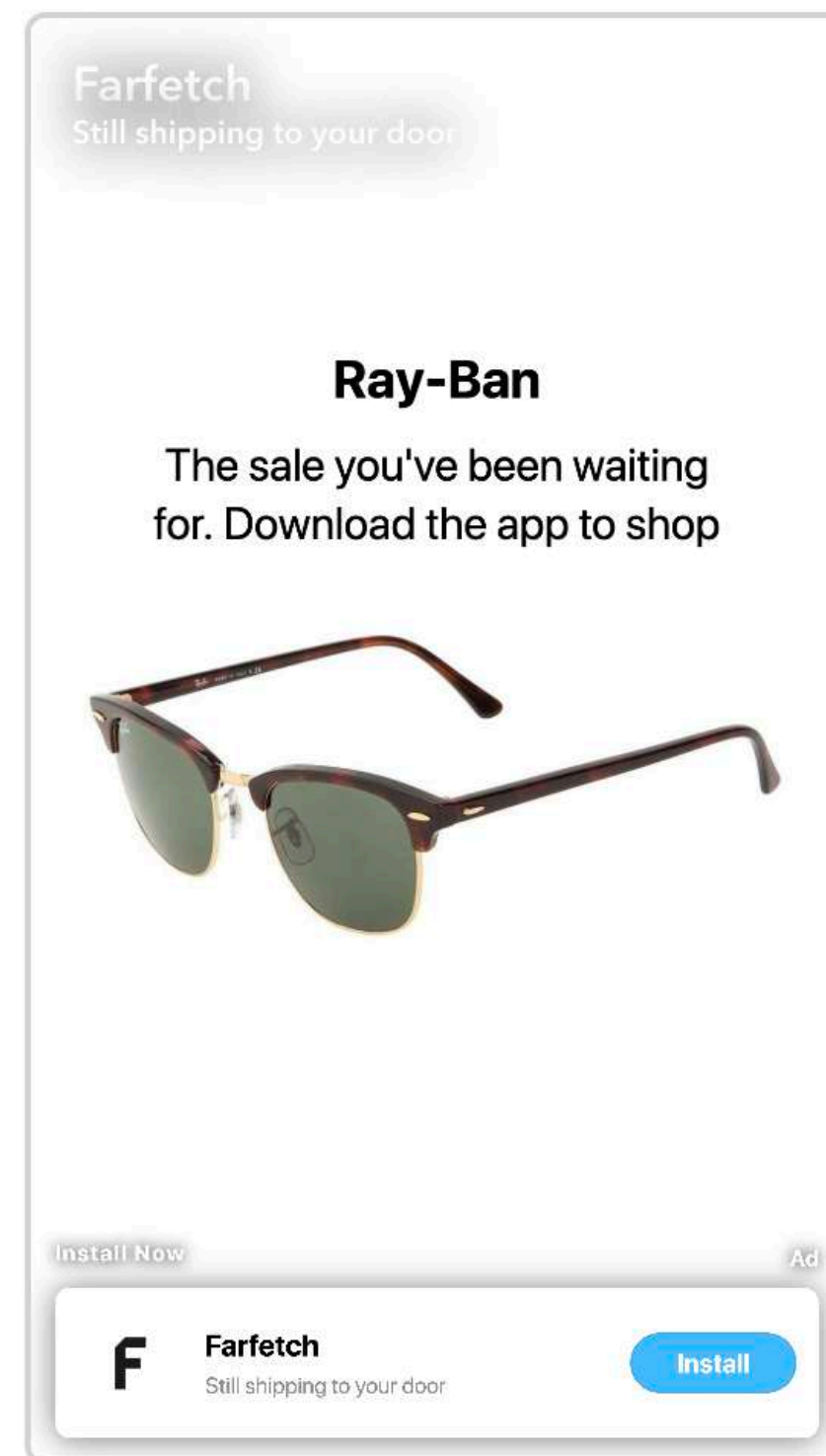
AUDIENCE + INFORMATION + ENGAGEMENT + COMMERCE

FACEBOOK SHOPS



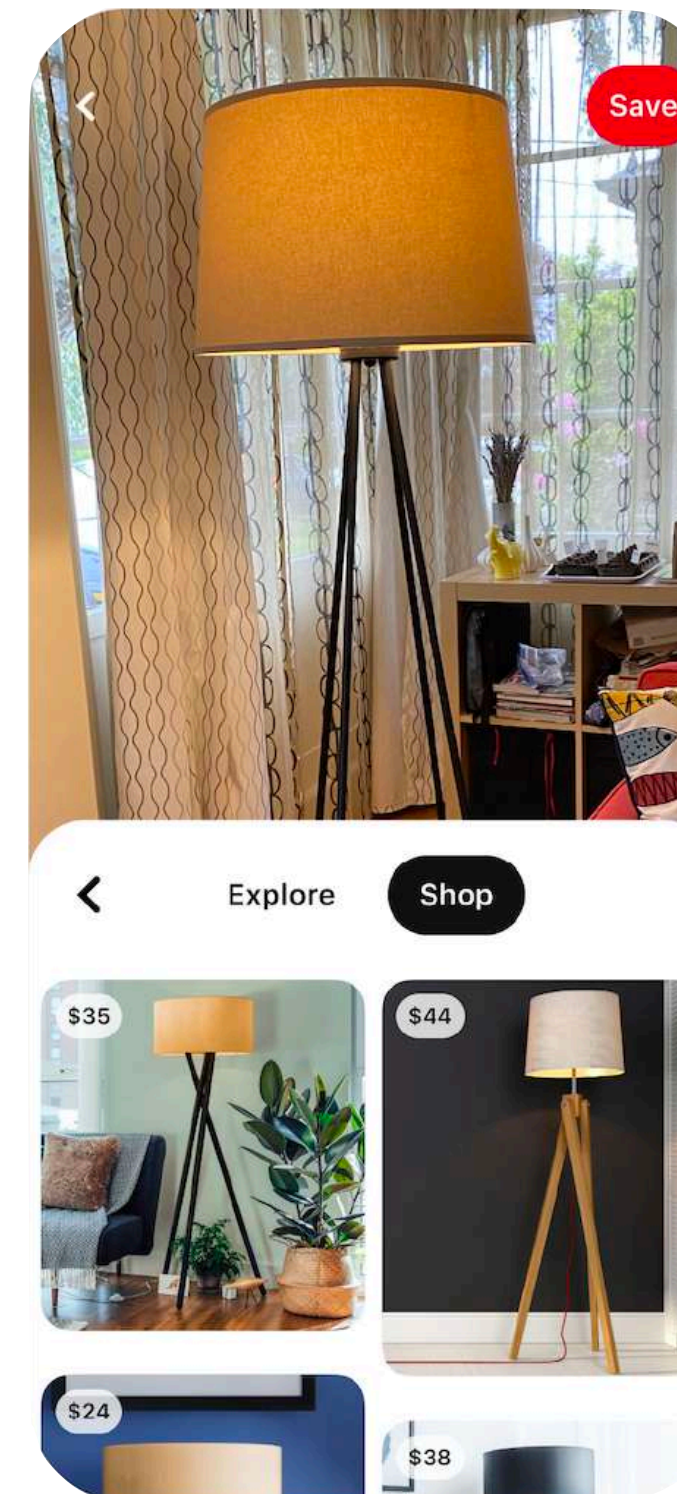
Facebook Shops veut permettre aux TPE de vendre online, avec du streaming video

SNAPCHAT



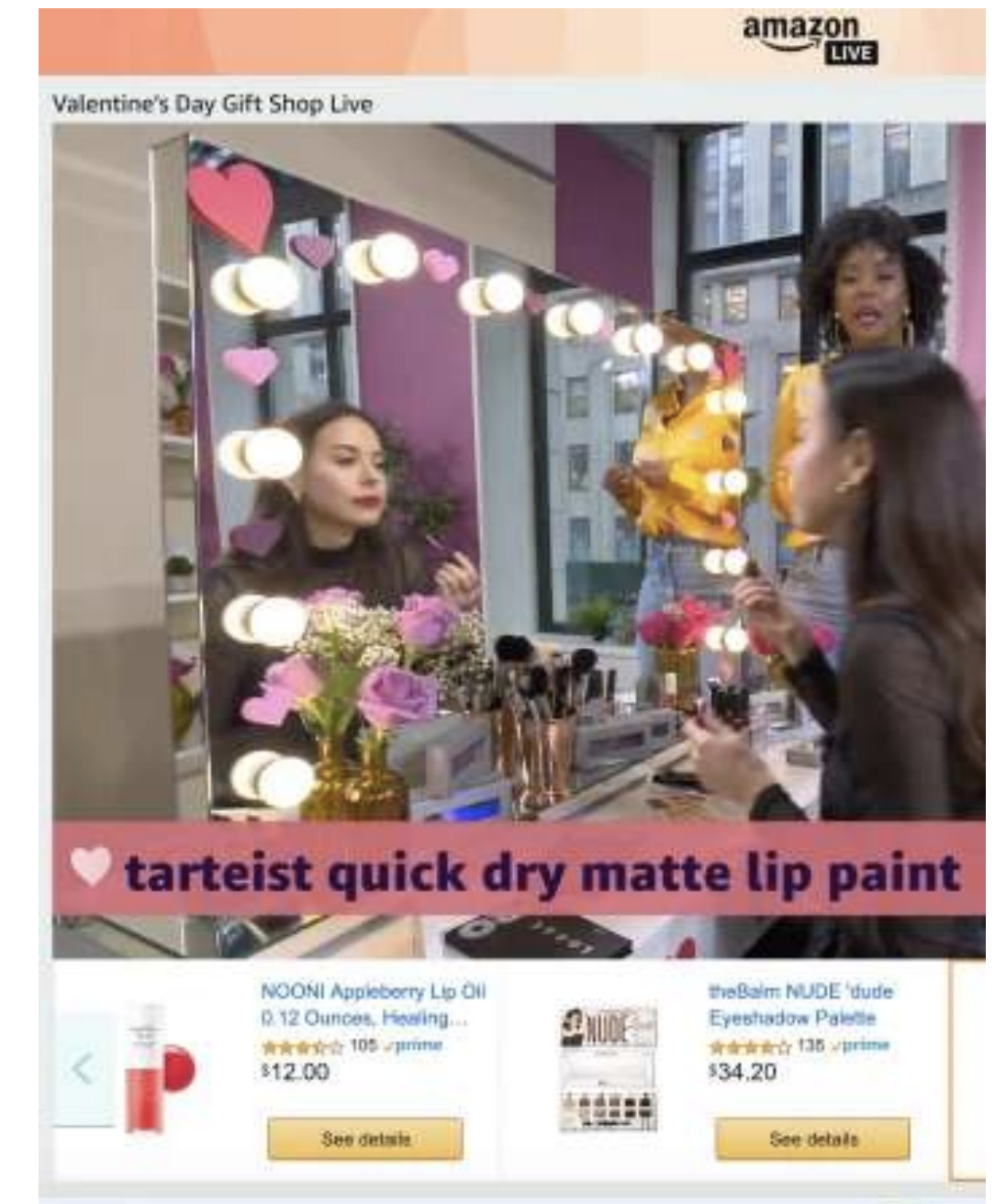
Snapchat's 'dynamic ads' product pour les e-commerçants du monde entier

PINTEREST



Shop with your camera: Pinterest lanceur onglet "Shop" sur la recherche visuelle

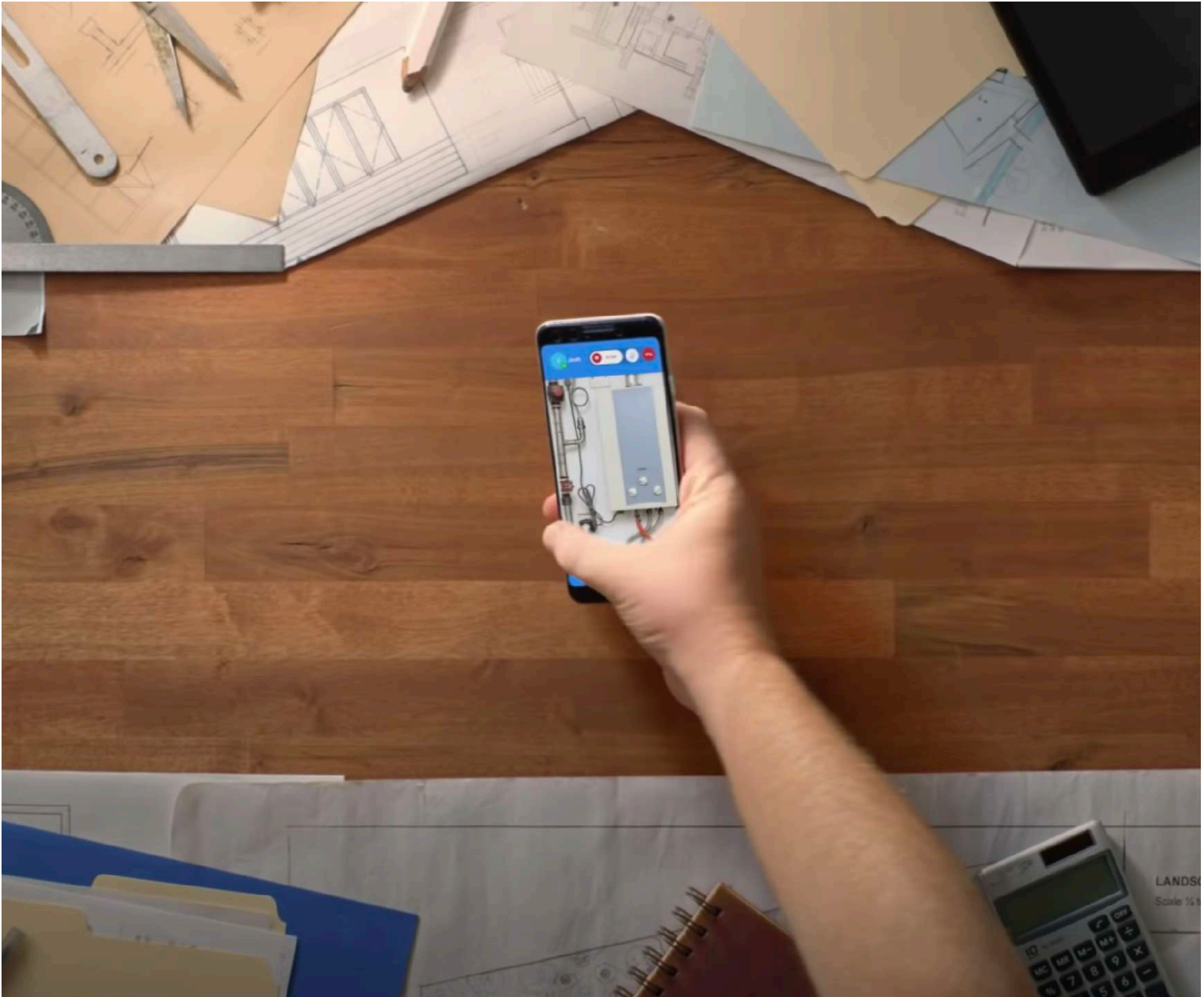
AMAZON LIVE



Depuis début 2019 : Beauté, cuisine, jardinage, électronique...

SOCIAL COMMERCE : DIAGNOSTIQUER ET CONSEILLER À DISTANCE

EX : LOWE'S FOR PROS JOBSIGHT



GUIDE

A composite graphic illustrating the diagnostic process. It features a smartphone displaying a video call with a red recording indicator and a timer. A blue arrow points from the phone to a 'DETECT' label. To the right, a dark blue panel contains the following information:

- SERIAL | 9H7YR015635
- MODEL NO. BR553R8YHFRO
- 483711386721

SOCIAL COMMERCE : ACTIVER AUSSI SES CLIENTS EN AMBASSADEURS

EX : DIESEL / SIDE-BIZ, DE L’AFFILIATION AVEC UN PEU D’HUMOUR

The screenshot shows the Diesel website interface. At the top, there are navigation links for 'MAN', 'WOMAN', 'KID', and 'LIVING', followed by the 'DIESEL' logo. On the right side, there are links for 'SEARCH', 'HELP', and 'LOGIN', along with a shopping cart icon and a play button icon. The main content area has a yellow background with the text 'HEY JAMES, THIS IS YOUR **SIDE:BIZ**'. Below this, a white box contains the URL 'www.diesel.mention-me.com/james-c6c831'. A black button with white text says 'SHARE IT EVERYWHERE'. Underneath, the text 'YOUR SIDE:BIZ STORE' is displayed above four images of people wearing Diesel jeans.



MAN WOMAN KID LIVING

DIESEL

SEARCH HELP LOGIN 

HEY JAMES, THIS IS YOUR

SIDE:BIZ

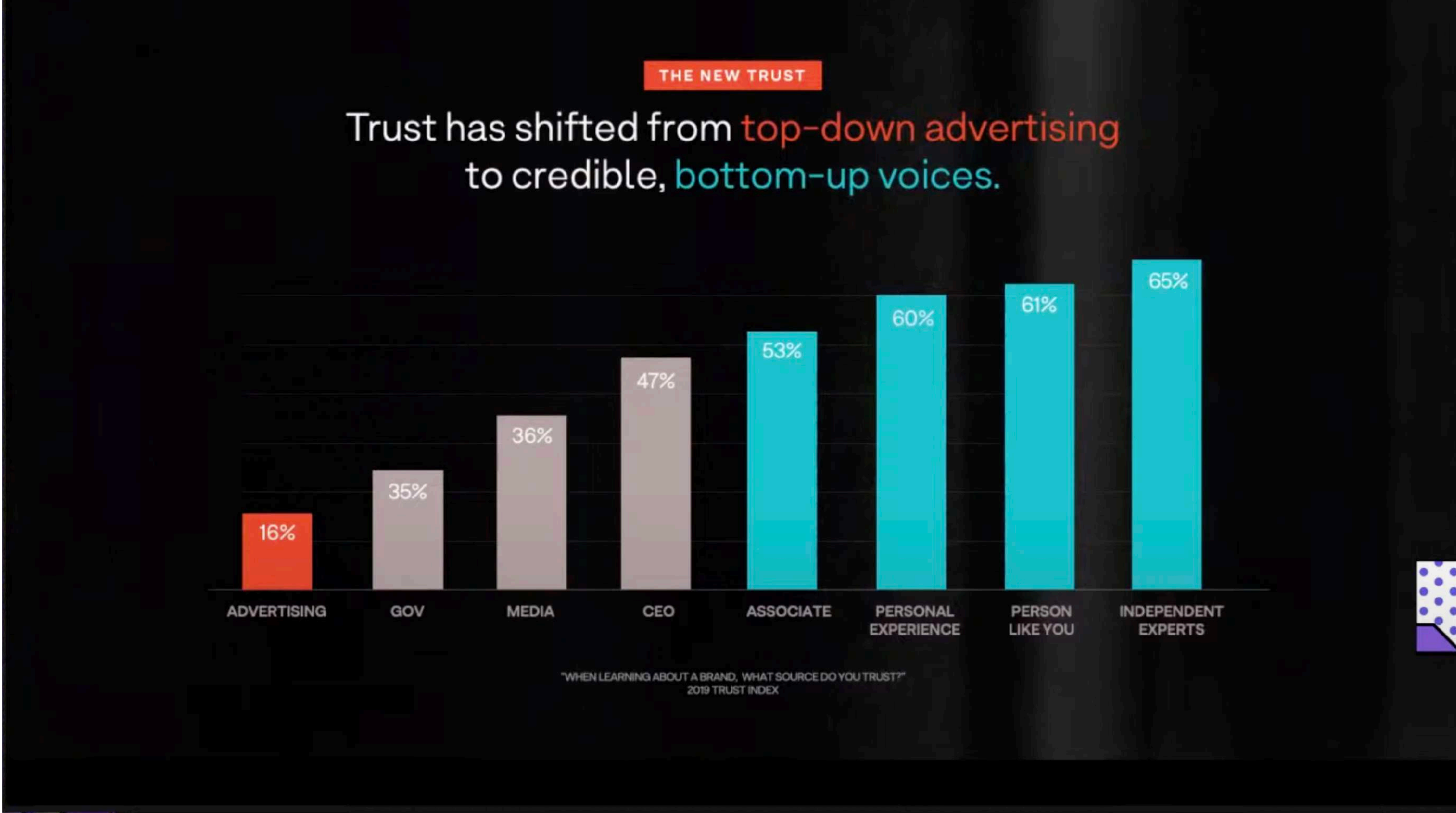
www.diesel.mention-me.com/james-c6c831

SHARE IT EVERYWHERE

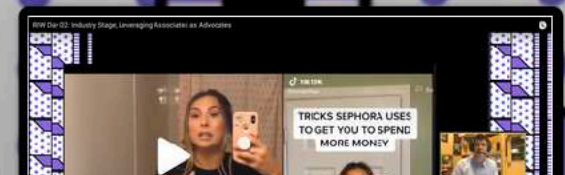
YOUR SIDE:BIZ STORE



SOCIAL SELLING : ACTIVER VOS EMPLOYÉS ET SALES ASSOCIATES SUR LES MEDIA SOCIAUX



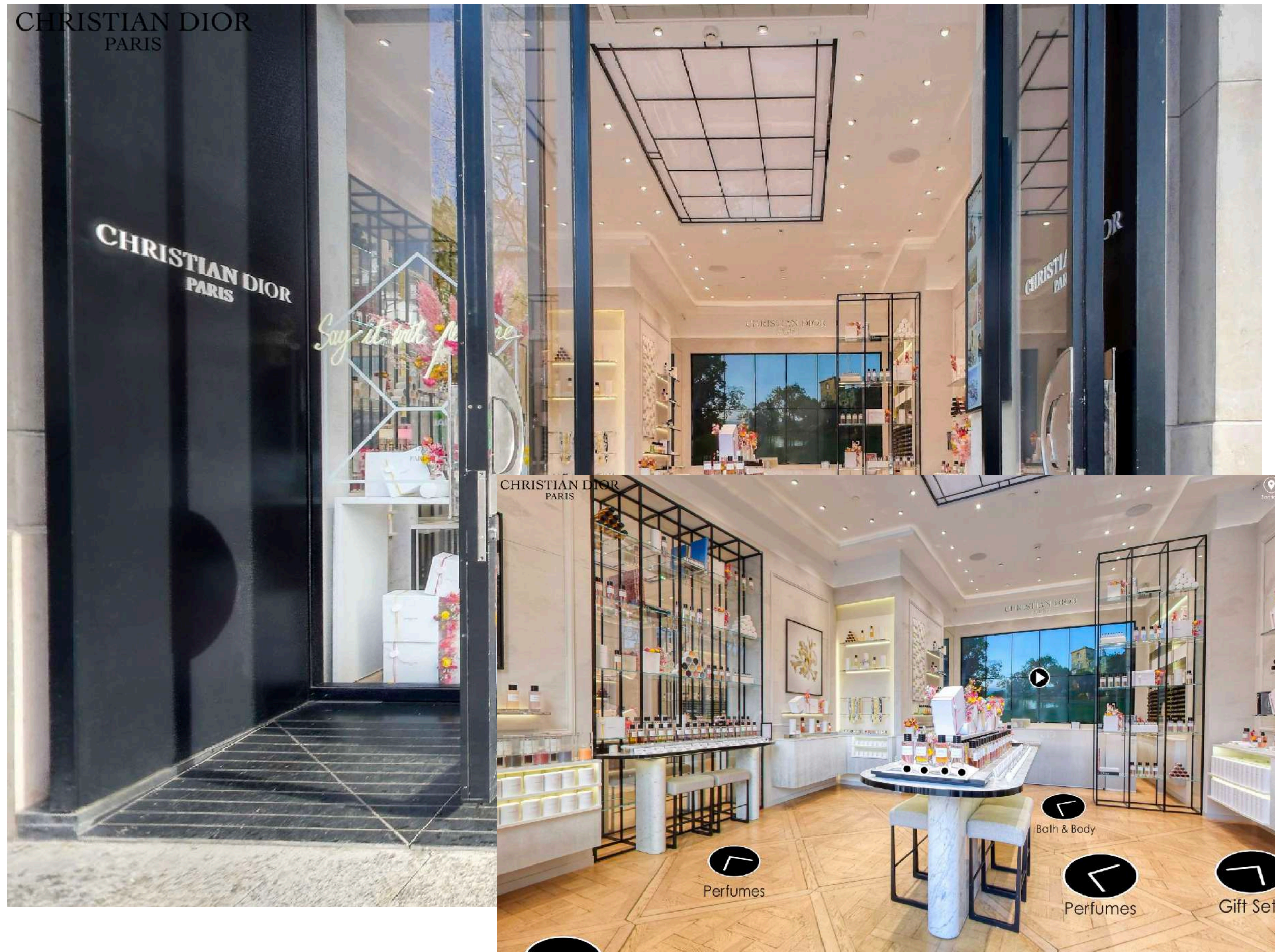
Clint & Eileen
Archrival



VIRTUAL COMMERCE : PROPOSER VISITE ET ACHAT EN 3D

EX : DIOR VIRTUAL STORE

EX : IKEA & TMALL



SALIZILA
NEWS FROM ALIBABA GROUP
WWW.ALIBABA.COM

This immersive e-commerce experience is part of a new 3D shopping feature available on Tmall.

VIRTUAL COMMERCE : ET SI VOUS VENDIEZ DES BIENS VIRTUELS!

HABILLER LES AVATARS D'UN JEU VIDÉO



THOUGHT COUTURE : VENDRE UN VÊTEMENT VIRTUEL

CARLINGS

Limited

Silverhood metallic track top

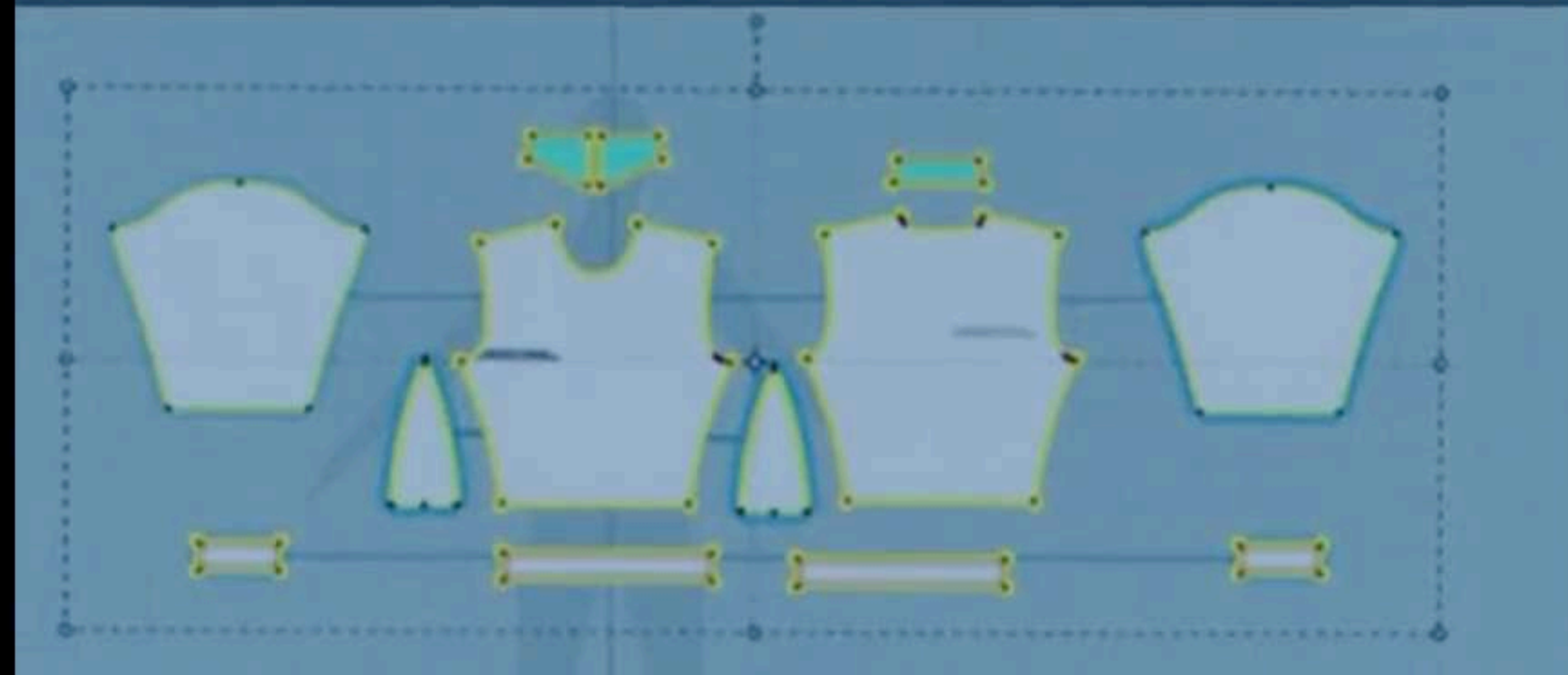
€20

Oversized shiny metallic coated track top with stripes of yellow reflective fabric and snow leopard velour on the sides.

This is a digital product that will be applied to your avatar. You will not receive a physical version of this item.

EXPIRED





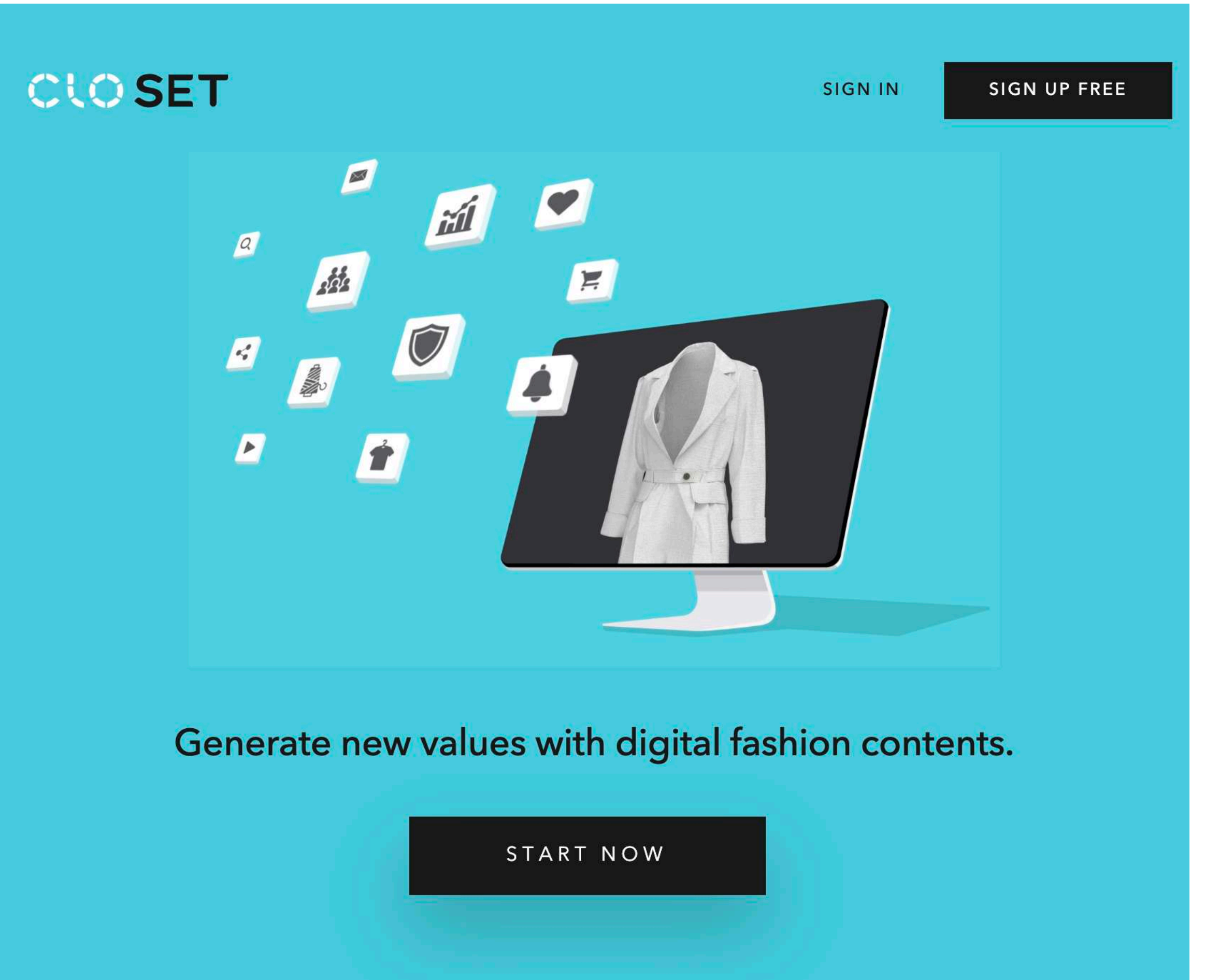
VIRTUAL COMMERCE : ET SI VOUS VENDIEZ DES BIENS VIRTUELS!

9500\$ POUR LA 1ÈRE ROBE 100% VIRTUELLE

VENDRE DES PATRONS EN FICHIERS

THE FABRICANT

[projects](#) [downloads](#) [about](#) [blog](#) [contact](#)



VOICE: DE L'INFO ET DU DIVERTISSEMENT VERS LE VOICE COMMERCE



Clova Friends



Tmall Genie



MI AI speaker



Baidu AI Speaker



Huawei AI Cube



LingLong DingDong



Tencent's Tingting



Jingle

puis

Xiaowei

VOICE: DE L'INFO ET DU DIVERTISSEMENT VERS LE VOICE COMMERCE

Companie



Appareil



HomePod

Amazon Echo

Google Home

Harman kardon Invoke

Galaxy Home

Technologie
Vocale



Siri

alexa

ASSISTANT

Hey Cortana

Bixby

VOICE: DE L'INFO ET DU DIVERTISSEMENT VERS LE VOICE COMMERCE

Carrefour lance avec Google un service de commande de courses par la voix

CLOTILDE CHENEVOY

LSA COMMERCE CONNECTÉ, COMMERCE VOCAL, CARREFOUR

PUBLIÉ LE 16/06/2020



TWITTER



FACEBOOK



LINKEDIN



GOOGLE+

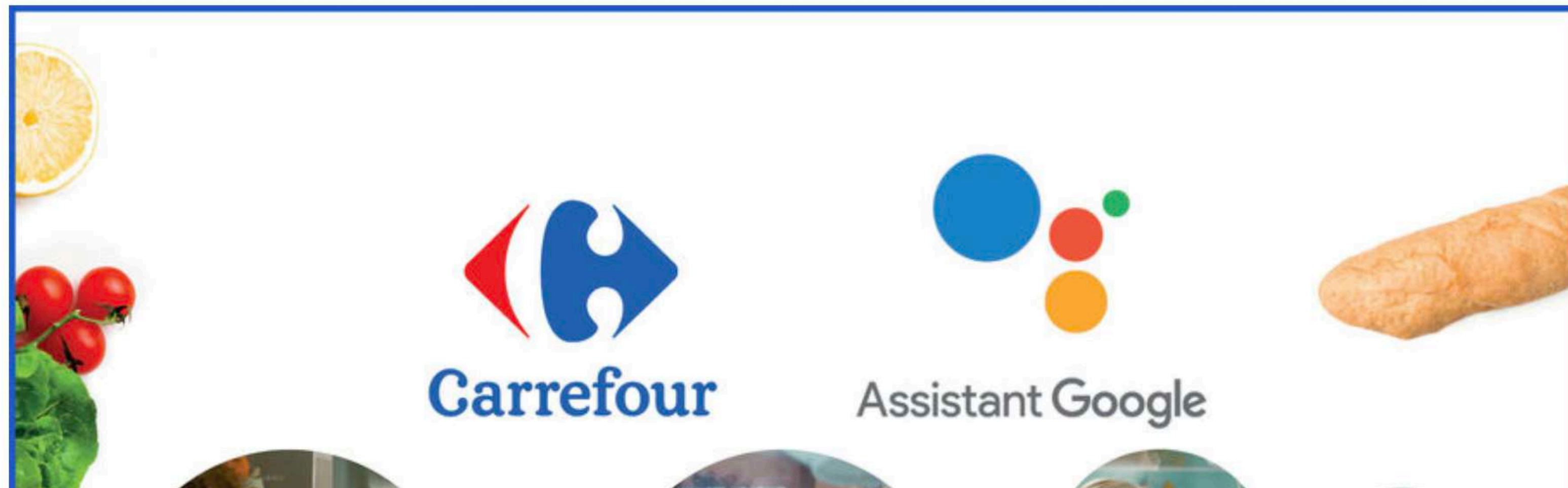


EMAIL



IMPRIMER

Carrefour lance mardi 16 juin un nouveau service de commande de courses par la voix, en partenariat avec Google. Une première mondiale de par le niveau d'intégration des systèmes qui permet une conversion d'une liste de courses en produits vendus par Carrefour.



G

20%

des recherches sont effectuées à la voix sur Google

Source : Google, US.

46%

des Français ont déjà utilisé un assistant vocal

Source : Étude CSA et Hadopi, Assistants vocaux et enceintes connectées, mai 2019.



1/3 des clients Carrefour déclarent utiliser un assistant vocal sur smartphone et 1 client Carrefour sur 10 déclare posséder une enceinte connectée



Source : Direction études Carrefour, février 2020.



43%

des usagers recourent à la recherche vocale pour sa rapidité d'action

Source : Étude Global web index, Voice Search, 2018.



32%

des Français ont déjà utilisé la commande vocale dont :

19% pour dicter des mails et des sms

15% pour faire des recherches de produits/services sur internet

8% pour interagir avec des objets (chaîne Hifi, TV, lumière, stores)

4% pour acheter sur internet

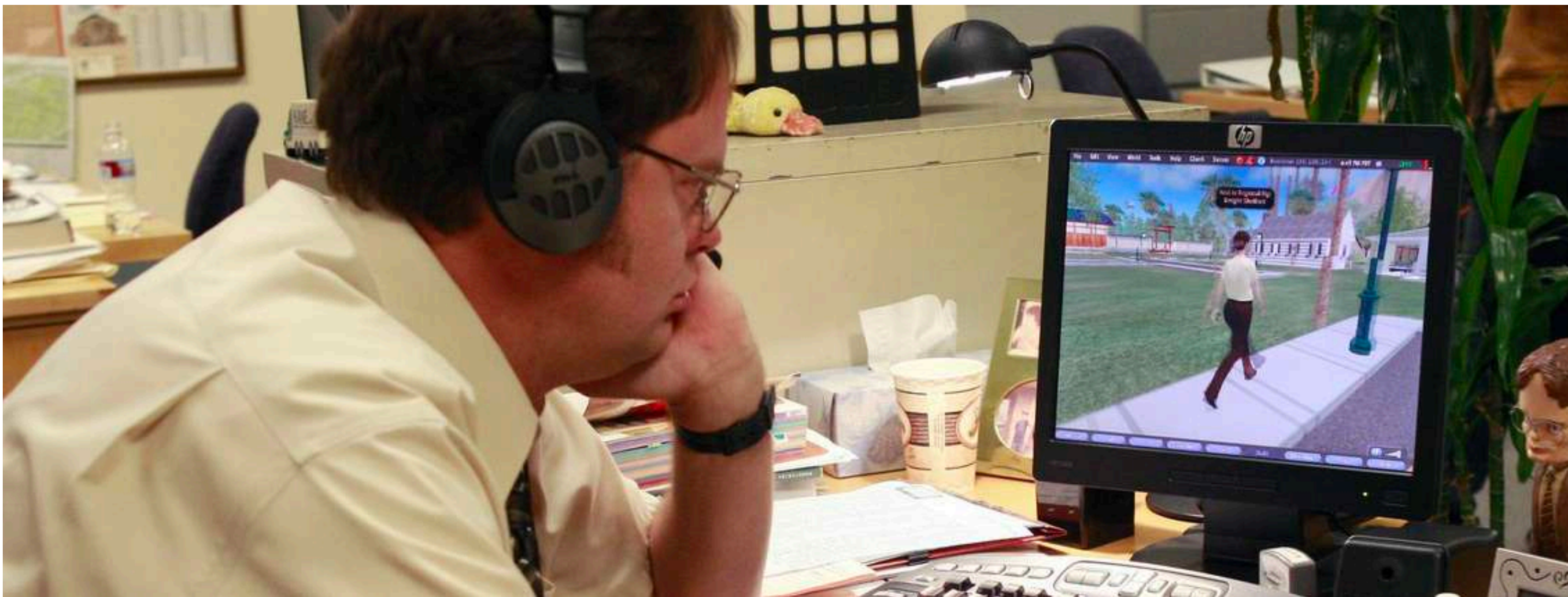
Source : Fevad - janvier 2019.

EVERYWHERE COMMERCE : TESTER DE NOUVEAUX MODE DE LIVRAISONS

VOGUE TESTE LA DISTRIBUTION
VIA UBER EATS AUX PAYS-BAS



MAIS LA TECH NE DOIT PAS NOUS FAIRE OUBLIER LA **TOUCHE HUMAINE**



Is this what we want?



Shopping



School



Mail



Work



Meeting



Relax



News



Art



Sex



Movie

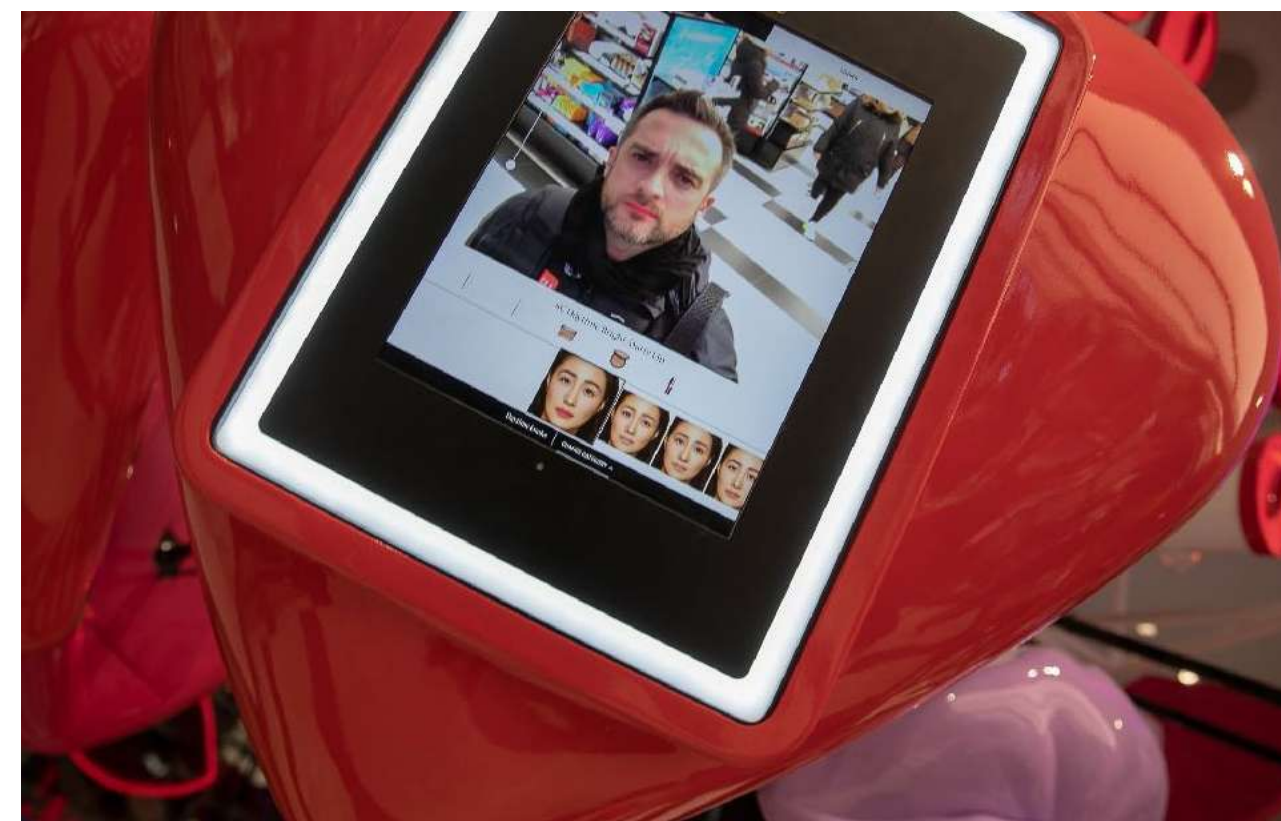


Bills



Chat

MAIS LA TECH NE DOIT PAS NOUS FAIRE OUBLIER LA **TOUCHE HUMAINE**



FUN + PROXIMITÉ + AUTHENTICITÉ + PASSION + COMMUNAUTÉ

5.3

DATA & IA : VERS L'UX ET LE MARKETING AUGMENTÉ

LE CLIENT NE VOUS COMPARE PAS QU'À VOS CONCURRENTS DANS VOTRE INDUSTRIE
DE NOMBREUSES STARTUPS ONT DISRUPTÉ DES MARCHÉS GRÂCE
À LEUR EXPÉRIENCE SUPÉRIEURE À CELLE DU MARCHÉ EXISTANT

NETFLIX

182 M d'abonnés (Monde)
6,7 M en France



U B E R

75 M d'utilisateurs (Monde)



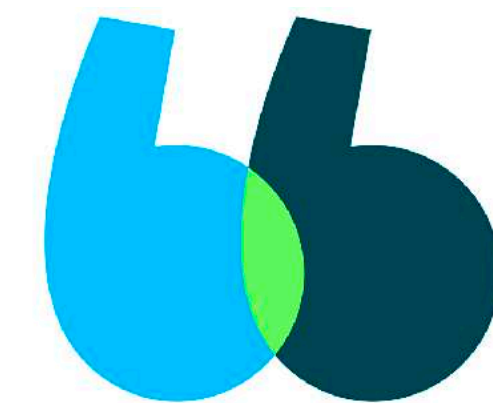
130 M d'utilisateurs (Monde)



130 M d'utilisateurs (Monde)



150 M d'utilisateurs (Monde)



BlaBlaCar

90 M d'utilisateurs (Monde)

**MARKETING À 365 : ÊTRE CAPABLE DE CRÉER DES
CONTENUS, SERVICES & EXPÉRIENCES TOUS LES JOURS !**

A photograph of a modern automotive assembly line. A red car is the central focus, positioned on a conveyor belt. Several large, orange and blue robotic arms are visible, actively working on the car's body. The background shows a complex industrial environment with various mechanical components and lighting.

**CONCEVOIR
UNE USINE À
CONTENUS**

QUELLE EXPÉRIENCE CONCEVOIR POUR DES CIBLES / USAGES AUSSI DIVERSES?

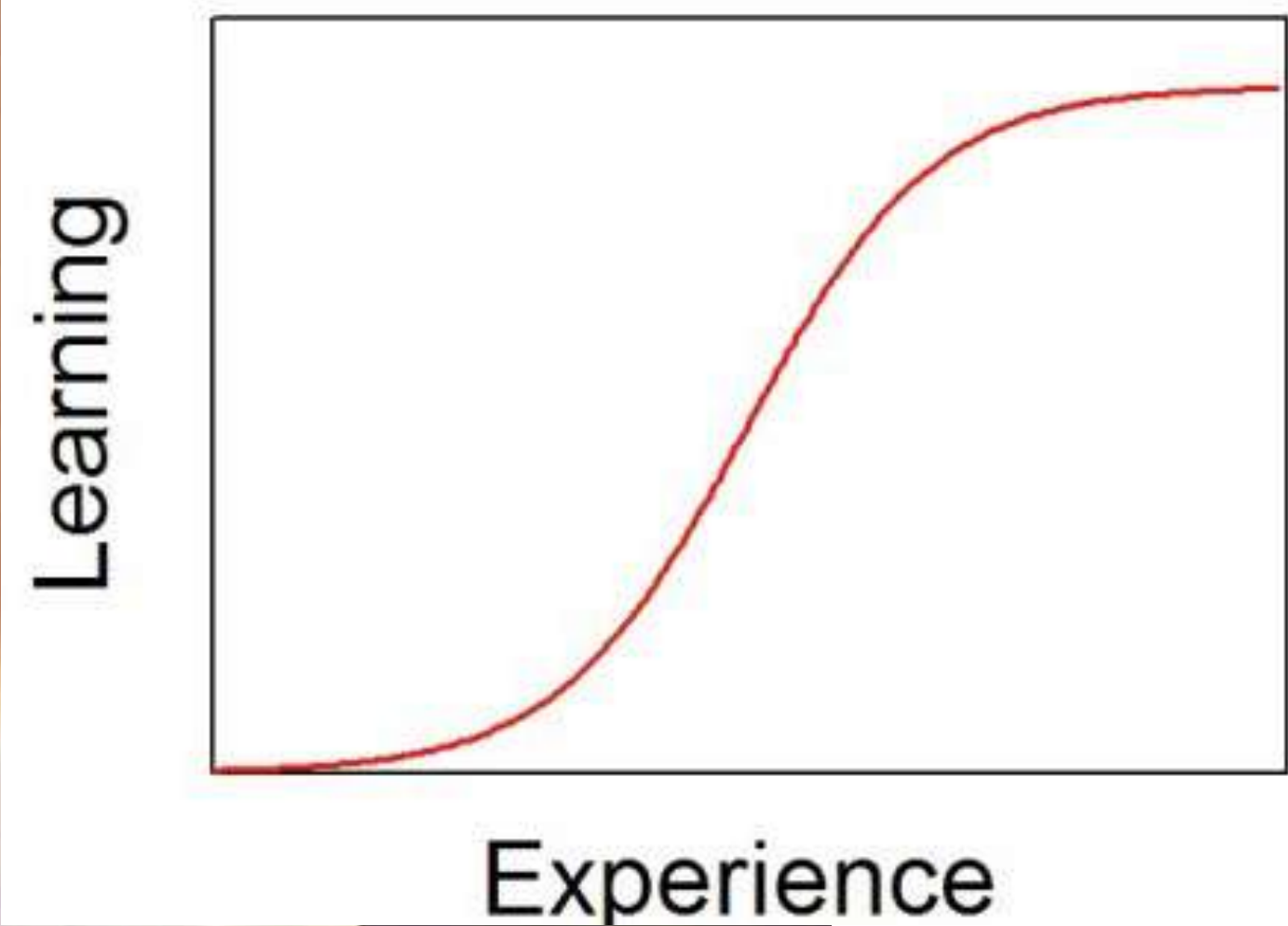


**DATA X IA POUR
ACCÉLÉRER
VOTRE COURBE
D'APPRENTISSAGE**

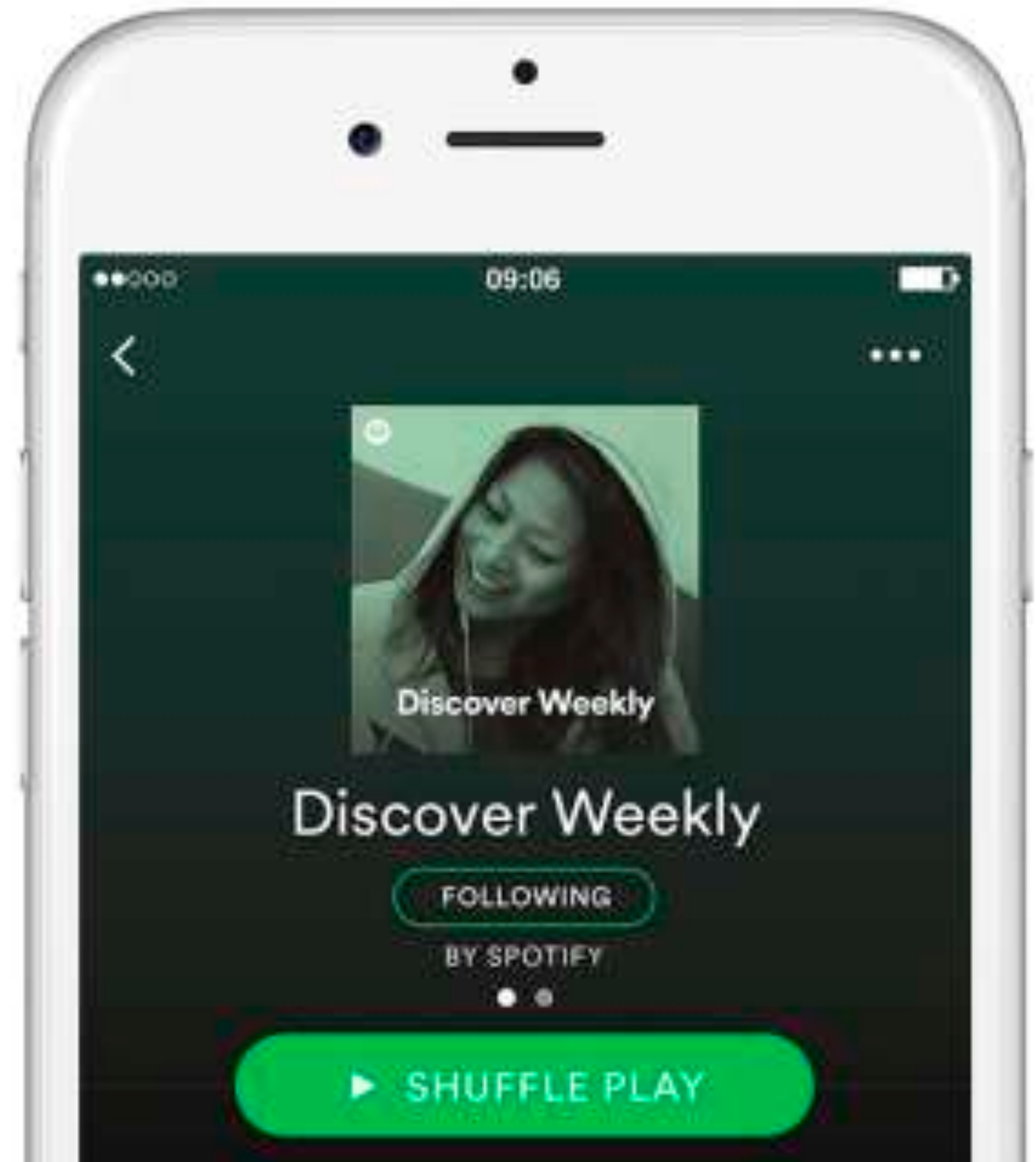
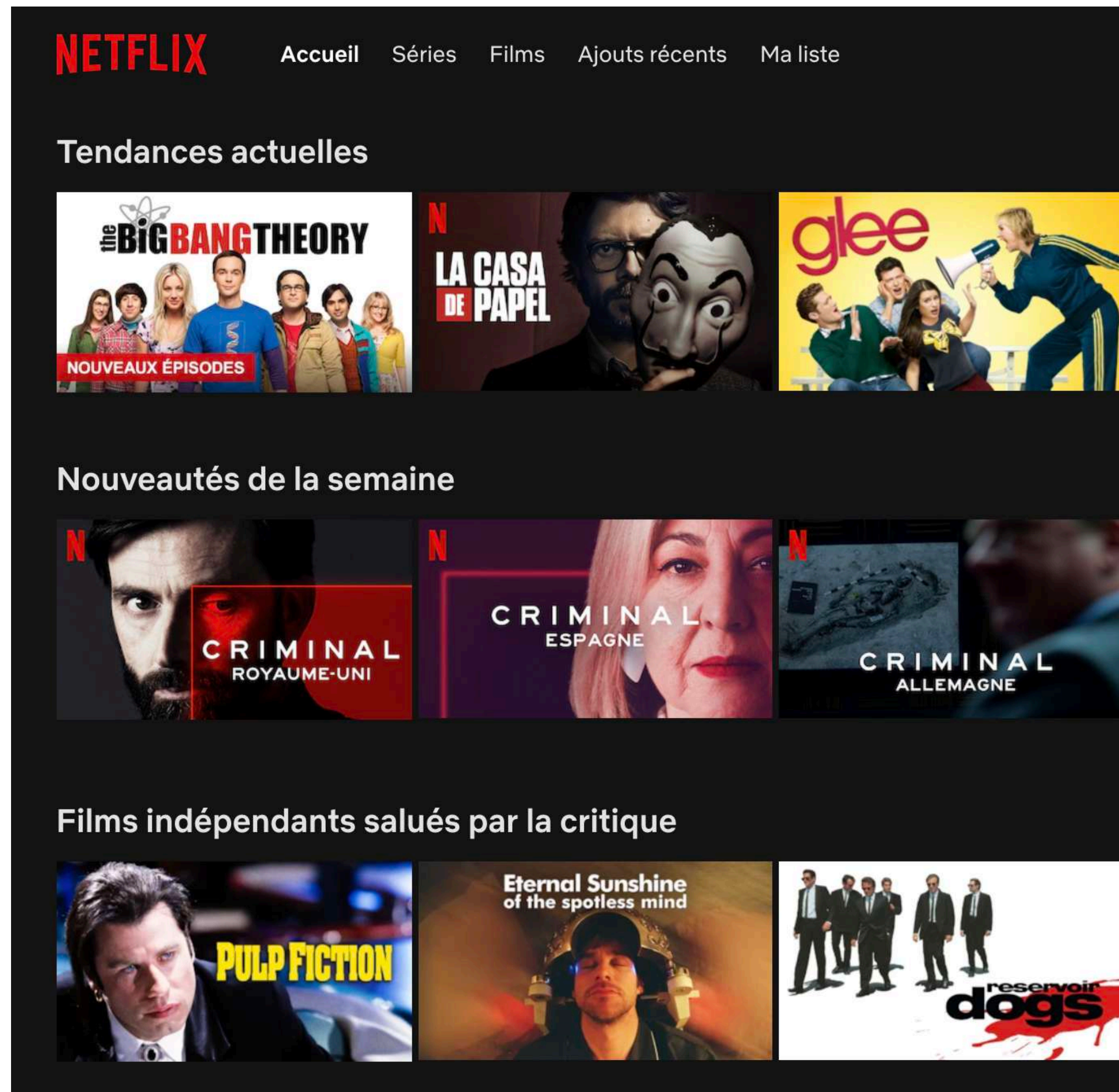
**BABY
BOOMER
(55-75)**
BORN BETWEEN
1944-1964

**GEN Z ADULTS
(18-24)**
BORN BETWEEN 1995-2001

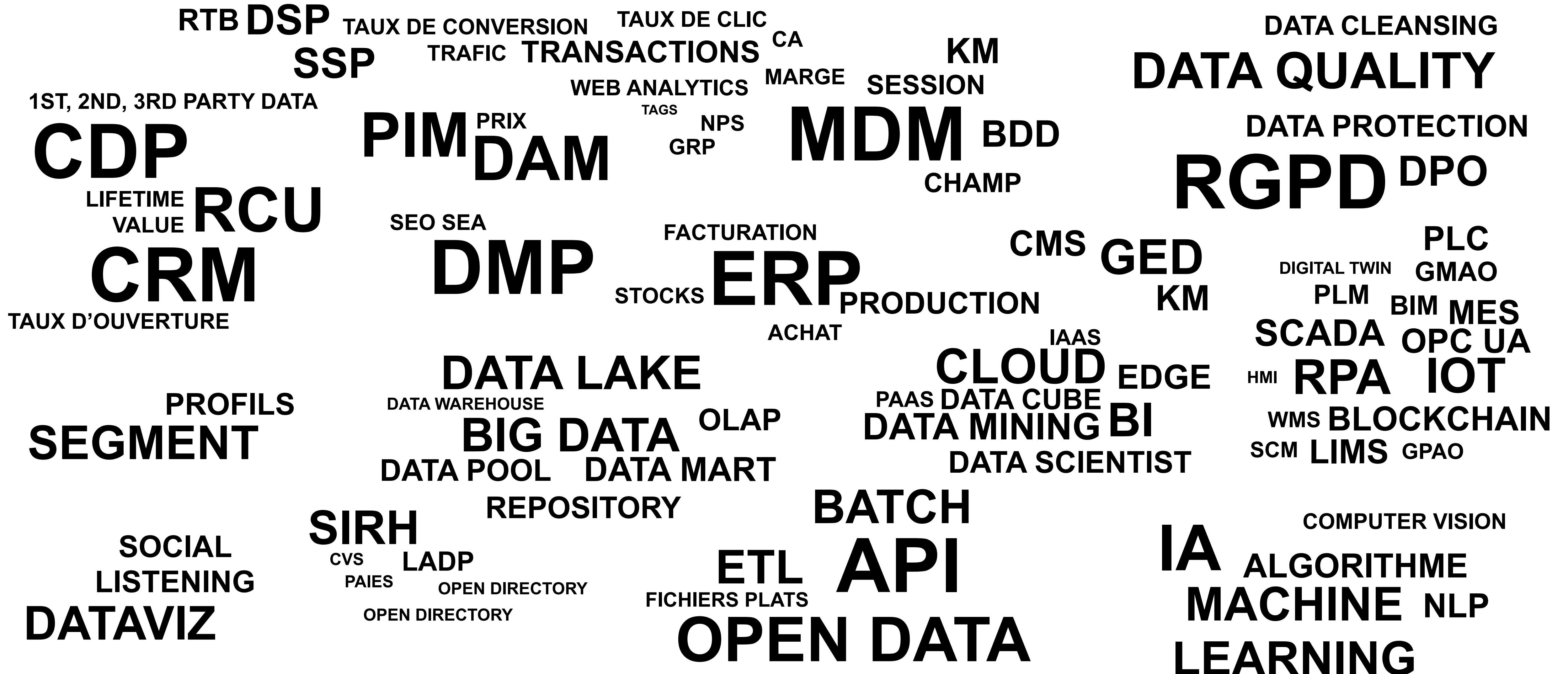
**MILLENNIAL
(25-39)**
BORN BETWEEN
1981-1994



DES EXPÉRIENCES UNIQUES & PERSONNALISÉES GRÂCE À LA DATA & L'IA



DATA/ IA / IT : DE L'IMPORTANCE DE S'ENTENDRE SUR UN RÉFÉRENTIEL CONVERSATIONNEL



DATA : LA NÉCESSITÉ DE **FORMER**

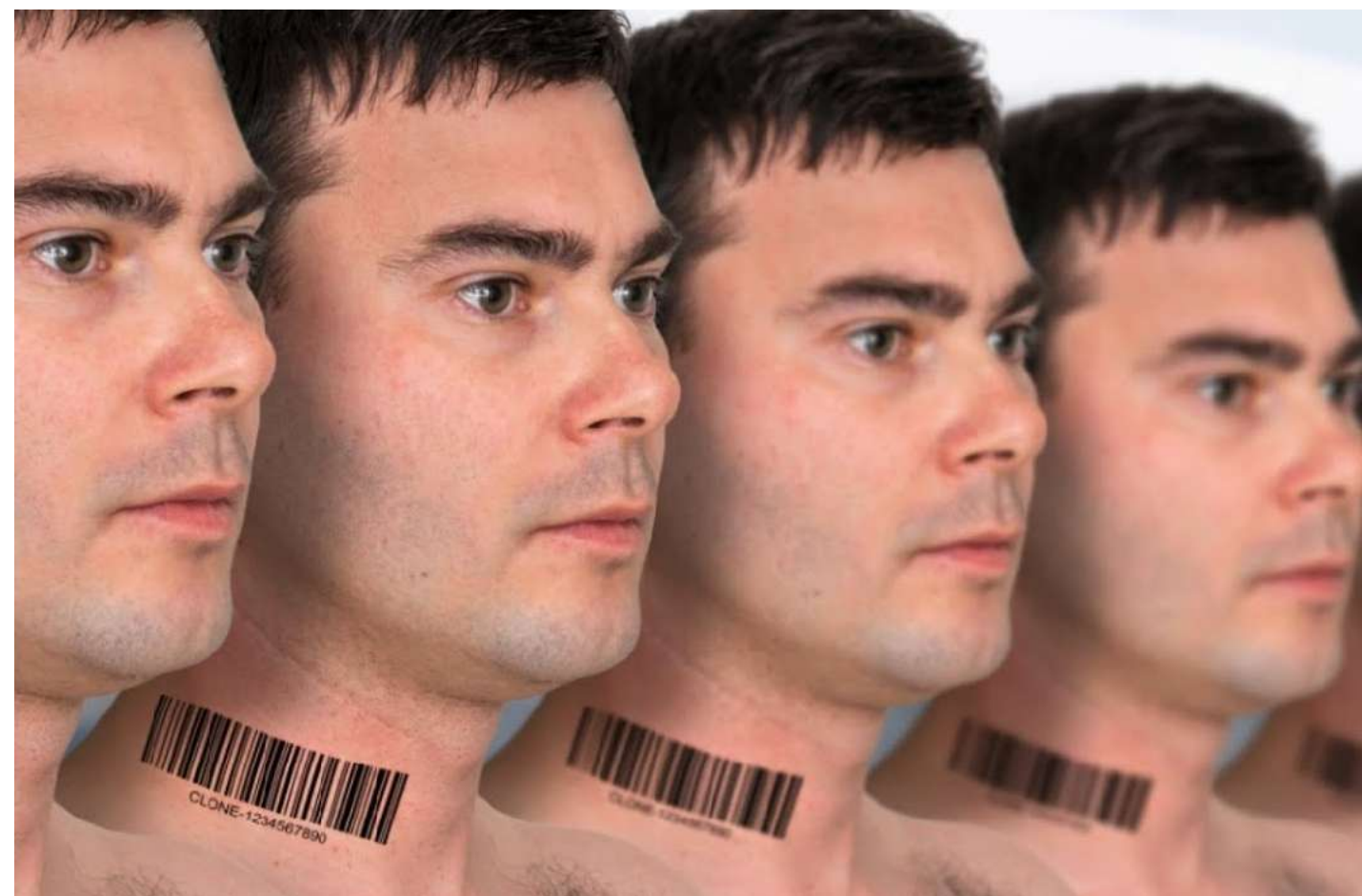
LE TOP MANAGEMENT ET LES MÉTIERS

(TERMES, NOTIONS , ENJEUX, RISQUES, POSSIBILITÉS)



TOUT LE MONDE PARLE D'IA ET DE BIG DATA... ET POURTANT..

COMBIEN DE MARQUES
ENVOIENT **LE MÊME EMAIL**
À LA ST VALENTIN
À **TOUTE LEUR BASE** EMAILS?



COMBIEN DE SITES OÙ
MA MÈRE, MA PETITE SOEUR ET
MOI VERRONT **LA MÊME**
HOMEPAGE?

AVEC LA DATA : PASSER DU MASS MEDIA AU **1 TO 1**

PERSON- NALISATION?



AFFINER LE CIBLAGE

Dépasser le socio démo, Lookalike audience...

PERSONNALISER LES CAMPAGNES MEDIA

Format, horaire, points de contacts dans le parcours client, message, création (DCO)...

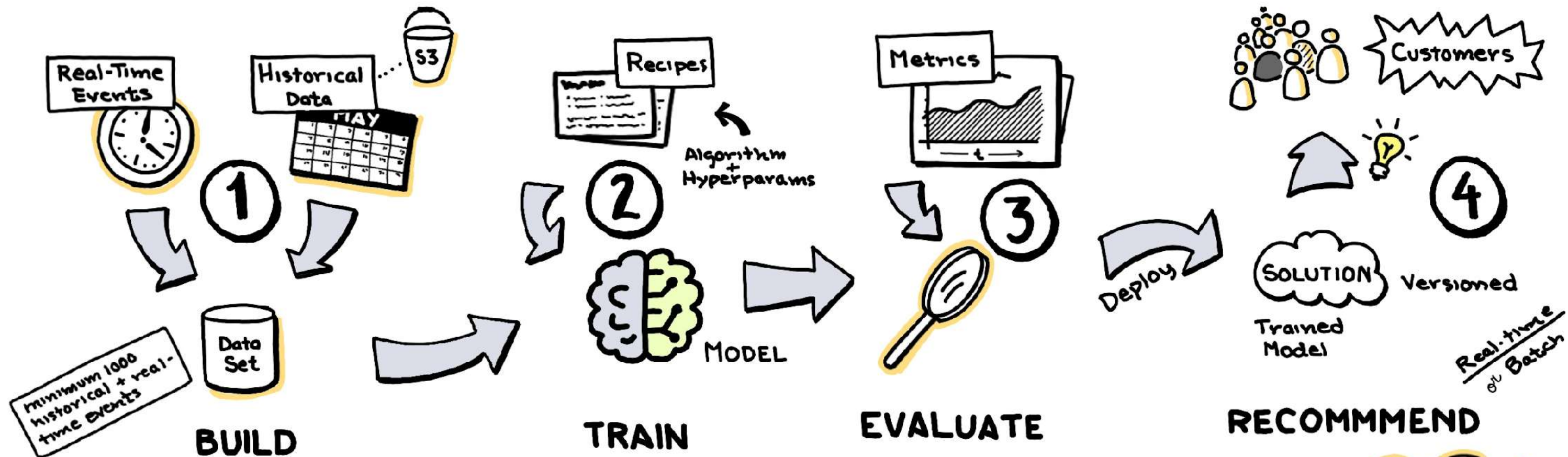
ADAPTER VOTRE SITE

Offres, contenus, visuels...

OPTIMISER LES ACTIONS CRM

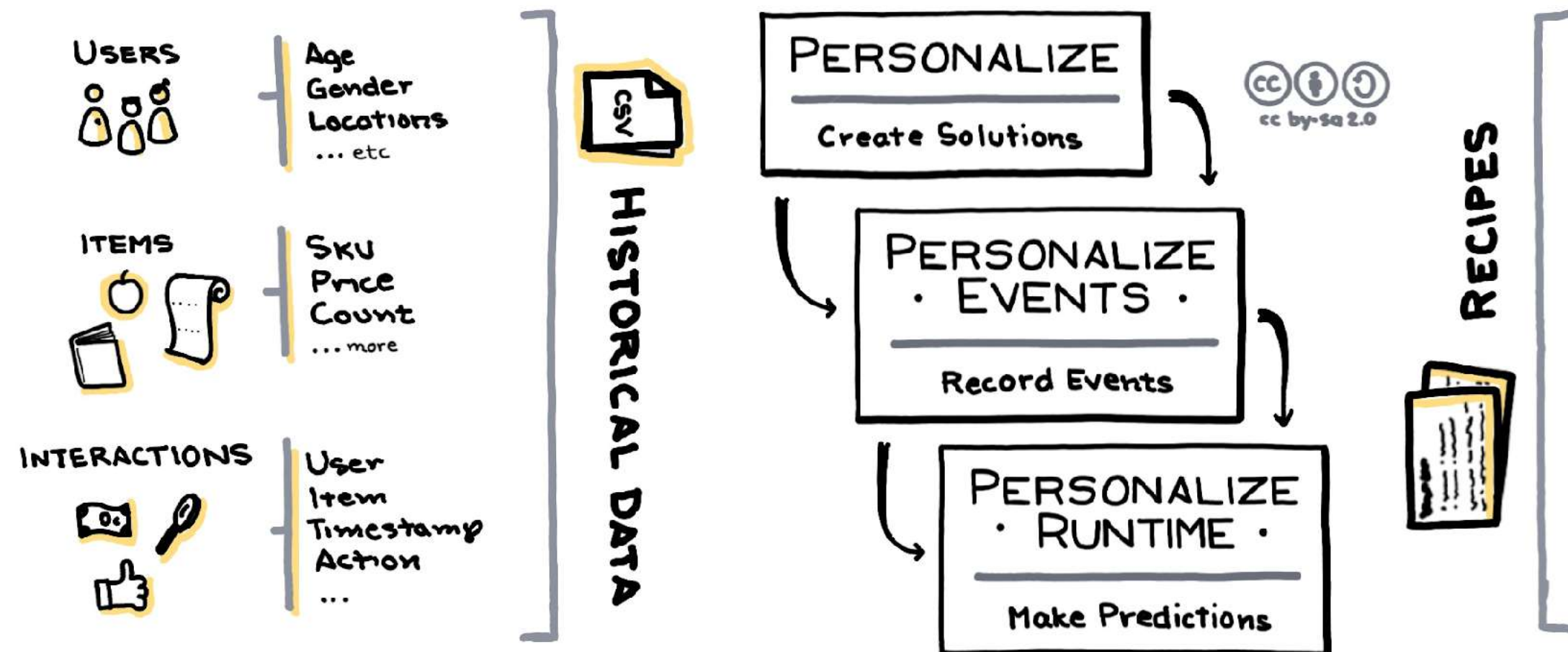
Upsell, CrossSell, welcome, fidélisation...

PERSONNALISATION AT SCALE AVEC LE MACHINE LEARNING



MAIS CELA DEMANDE

- Récupérer, nettoyer et normaliser sa donnée
- Les bons outils : RCU, CRM, PIM, DAM, DMP...
- Une expertise interne ou externe
- Une période de tests et d'entraînement
- Un suivi et une optimisation
- Une content factory
- Maîtriser les enjeux éthiques, légaux et sécurité

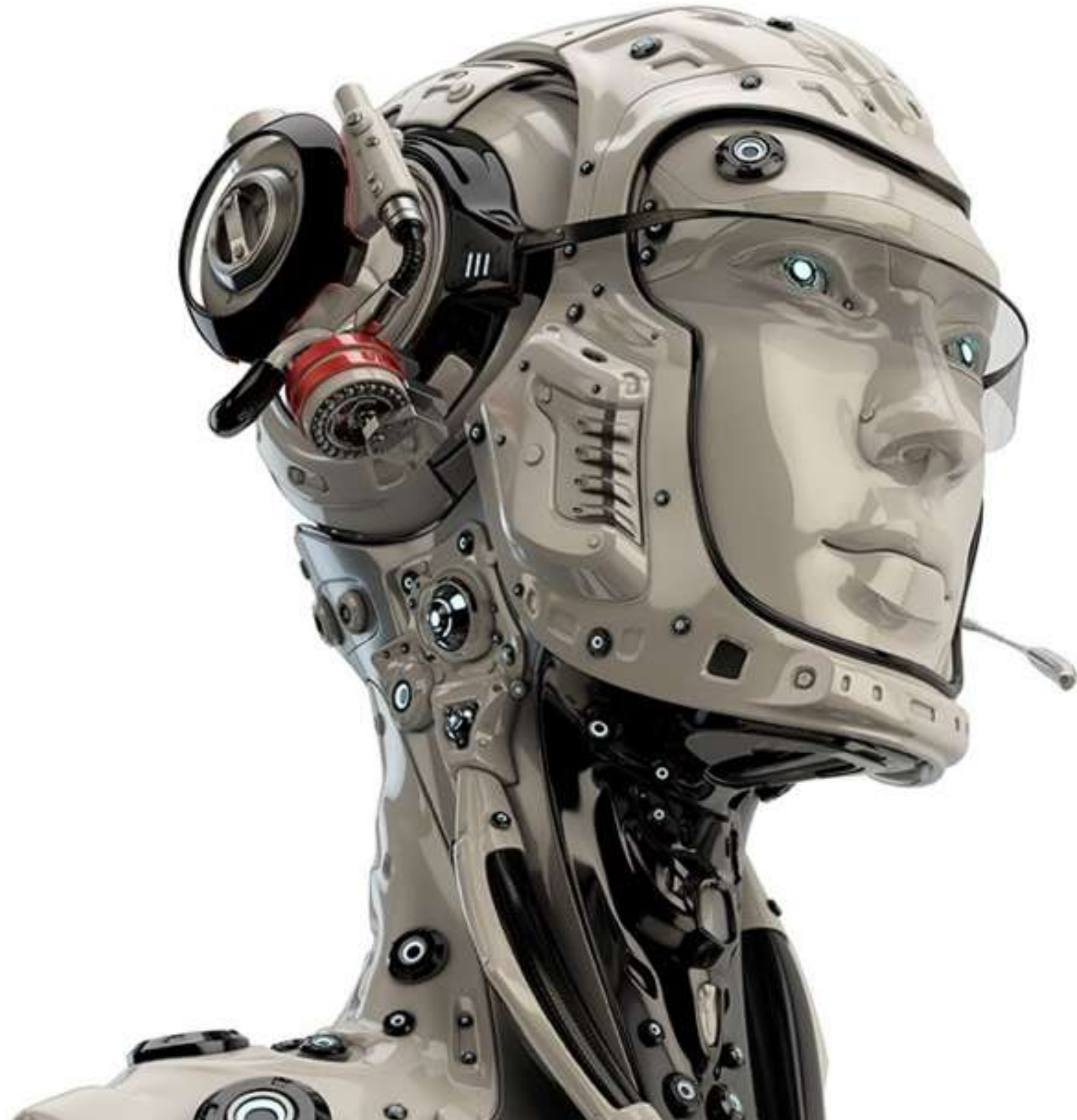


- PERSONALIZATION (4)
- RELATED ITEMS
- ITEM RANKING

CHOOSING A RECIPE

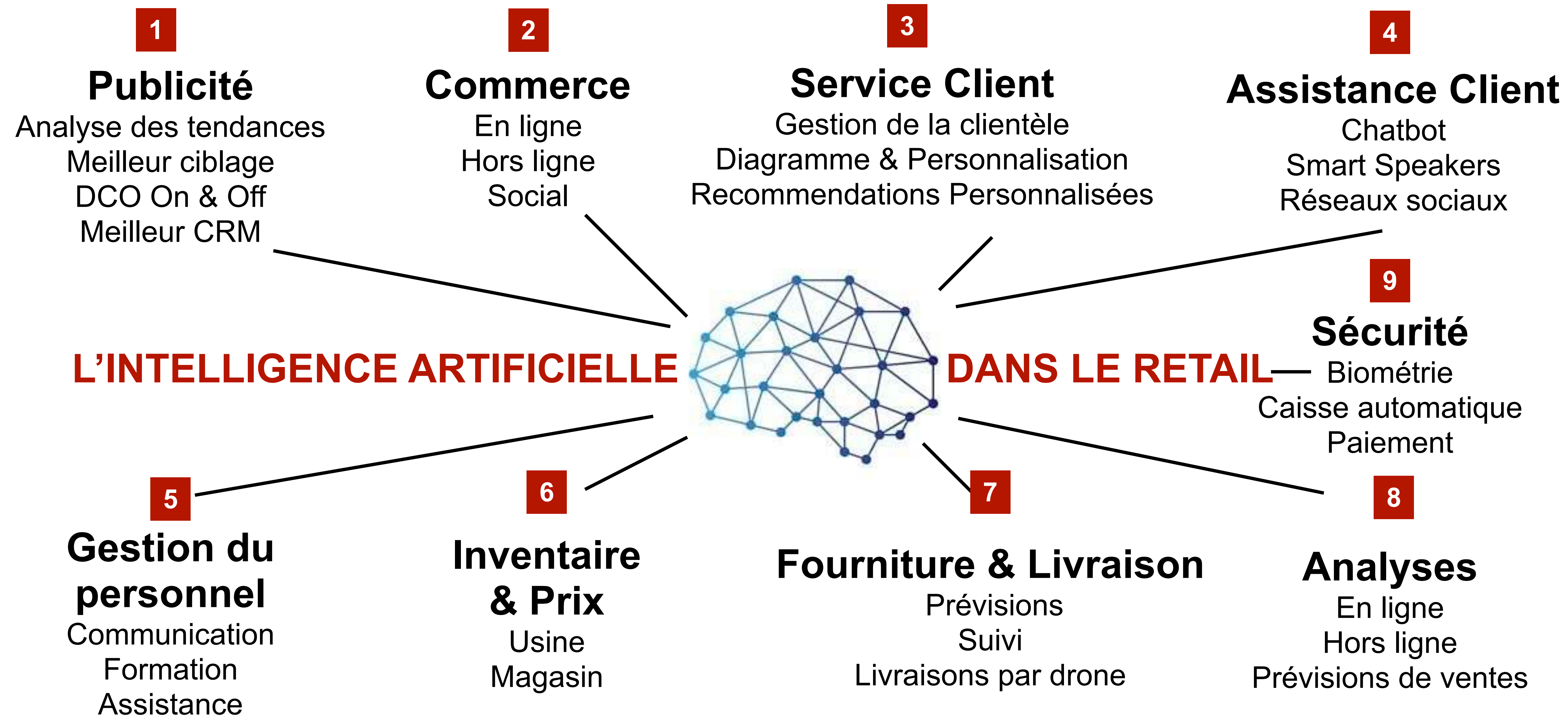
- A YOU CHOOSE
- OR
- B PERSONALIZE
- AUTOML

IA : UN MOT VALISE QUI REGROUPE DIFFÉRENTES TECHNOLOGIES



IA =
Transformer
les données
en actions
intelligentes

IA X DATA : UN LARGE ÉVENTAIL DE POSSIBILITÉS POUR LE COMMERCE



6

UNE TRANSFORMATION DURABLE

DU PRODUIT À L'EXPÉRIENCE > VALEURS ET SENS

**LES MARQUES DEVRONT
MÉRITER LA CONFIANCE
EN FAISANT PREUVE DE COHÉRENCE
DANS LEURS ACTIONS VERTUEUSES**

≠ GREENWASHING
≠ PURPOSE-WASHING
≠ COVID19-WASHING

STORYDOING
VS STORYTELLING

DE **NOMBREUSES ATTENTES** DE LA PART DES CONSO/ EMPLOYÉS/ RÉGULATEURS/ MARCHÉS

TRANSPARENCE

- SUR LES INGRÉDIENTS
- SUR LES PRIX
- SUR LES OGMS
- SUR LES PERTURBATEURS ENDOCRINIENS
- SUR LA TOXICITÉ
- SUR LA PROVENANCE
- SUR L'USAGE D'HUILE DE PALME
- SUR LE NON AJOUT DE SUCRE, SEL, CONSERVATEURS
- SUR LES CLAUSES JURIDIQUES
- SUR LE RESPECT DE LA DONNÉE PRIVÉE
- SUR LE LOBBYING
- SUR LA PUBLICITÉ CACHÉE
- SUR L'ÉCOUTE CLIENT

UTILITÉ SOCIALE

- RAISON D'ÊTRE
- COHÉRENCE DES ACTIONS
- AIDE À L'ACCOMPLISSEMENT
- IMPACT POSITIF
- IMPACT RÉEL VS ACTIONS DE COM'
- PRODUCTION LOCALE
- RESPECT DES FOURNISSEURS
- FORMATION ET EMPLOYABILITÉ

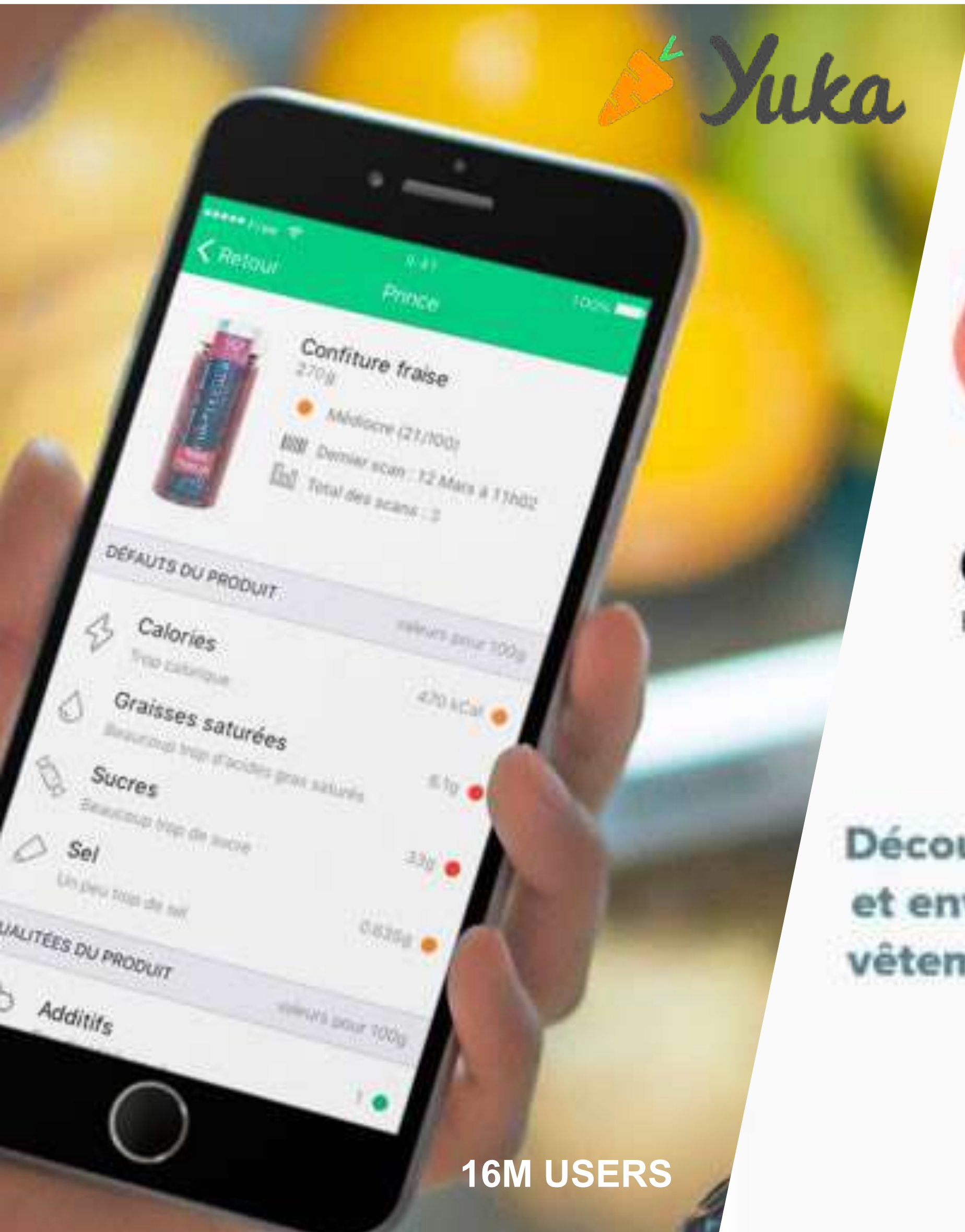
DEV. DURABLE

- PLASTIQUE JETABLE
- SUREMBALLAGE
- INTERDICTION DU PLASTIQUE
- RECYCLAGE EFFECTIF
- RÉPARABILITÉ VS OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE
- IMPACT & TAXE CARBONE
- ÉNERGIE VERTE
- CIRCUIT COURT
- VÉGANISME
- PRODUCTION BIO
- INTERDICTION DE LA DESTRUCTION DES STOCKS
- HAUSSE DU "HOME MADE"
- FRUGALITÉ & MINIMALISME

ÉTHIQUE & INCLUSION

- RÉMUNÉRATION DES DIRIGEANTS
- RÉMUNÉRATION DES FEMMES
- INTÉRESSEMENT DES EMPLOYÉS
- MIXITÉ ET DIVERSITÉ
- INCLUSION HANDICAPÉS, MORPHOLOGIES, DES MINORITÉS
- PROTECTION SOCIALE
- ÉQUILIBRE VIE PRO ET PERSO
- AIDE À LA PATERNITÉ / MATERNITÉ
- DROIT À L'ERREUR

TRANSPARENCE : LE CONSOMMATEUR REPREND LE POUVOIR



YUKA : 18 MILLIONS DE CONSOS POUR PLUS DE TRANSPARENCE!



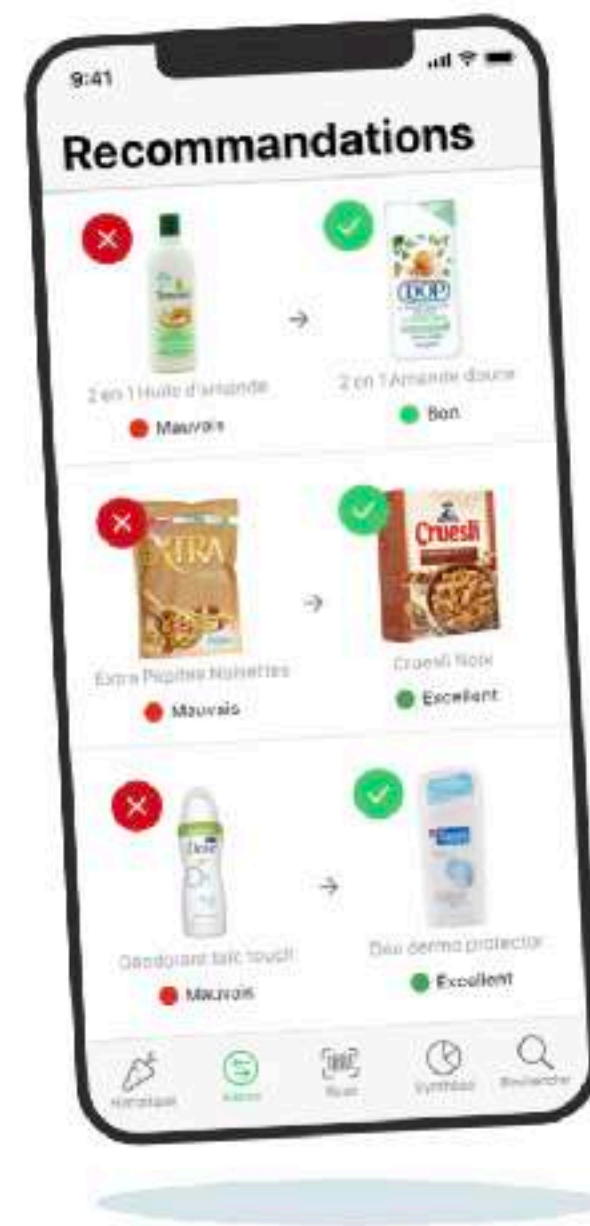
Application

Équipe

Indépendance

Blog

Scannez les étiquettes de vos produits alimentaires et cosmétiques



Analyse alimentaire

Yuka analyse les produits alimentaires et vous explique l'évaluation de chaque produit dans une fiche produit détaillée.



Analyse cosmétique

Yuka analyse les produits cosmétiques et d'hygiène. Vous accédez aux détails de la composition du produit pour comprendre son évaluation.



Recommandations

Pour les produits médiocres ou mauvais que vous avez scannés, Yuka recommande en toute indépendance des produits similaires meilleurs pour la santé.



Historique

Yuka affiche l'historique des produits scannés. Vous identifiez l'impact de chaque produit sur la santé via un code couleur simple.

**JE SCANNE
DONC JE SUIS...**

**5M DE PRODUITS
SCANNER / JOUR**

55 SCANS / SEC

8 PAYS LANCÉS

**1,5M DE PRODUITS
RÉFÉRENCÉS
70% EN ALIMENTAIRE
30% EN COSMÉTIQUES**

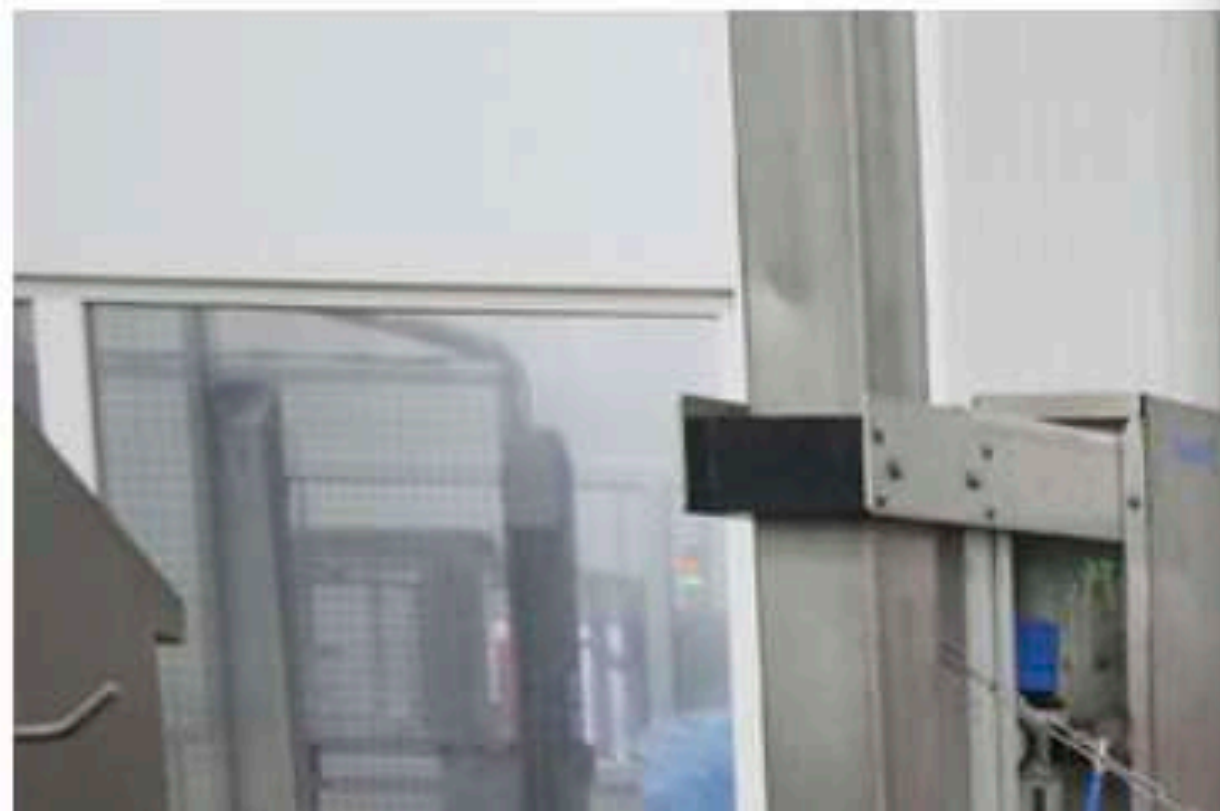
Comment Intermarché va modifier 900 recettes pour augmenter ses scores Yuka

ADELINE HAVERLAND

CAFÉ , ELEVAGE - VIANDES , TECH ET NUMÉRIQUE , PRODUITS ALIMENTAIRES , PRODUITS AGRICOLES

PUBLIÉ LE 12/09/2019 À 00H00

EXCLUSIF Thierry Cotillard, président de la marque distributeur Intermarché, annonce la modification de 900 recettes de sa marque distribuée pour améliorer leur score Yuka et un score Yuka supérieur à 50 pour les autres. Intermarché veut prendre.



Pascal Clouzard (Carrefour) : « En beauté, comme en alimentaire, les consommateurs veulent de la transparence »

MIRABELLE BELLOIR

DPH , CARREFOUR

PUBLIÉ LE 02/10/2019



TWITTER



FACEBOOK



LINKEDIN



GOOGLE +



EMAIL



IMPRIMER

Ce matin, 2 octobre 2019, Carrefour a présenté sa nouvelle enseigne beauté baptisée Sources dont le premier point de vente ouvrira à Paris demain. Si le test est concluant, Pascal Clouzard, directeur exécutif France, aimerait développer cette enseigne spécialisée en franchise.

TRANSPARENCE B2C (CLEAN BEAUTY) + TRANSPARENCE B2B (BEAUTYLITIC) LA DOUBLE PEINE POUR LES MARQUES COSMÉTIQUES NON VERTUEUSES



BEAUTYLITIC
INTELLIGENCE OF FORMULATION

marie claire ELLE GRAZIA madame FIGARO Good! Sensa santé LE MAGAZINE DE LA SANTÉ 2 3 5 6

DO.MORE MAGAZINE

Zalando's Sustainability

Evolution

Zalando annonce ne plus **référencer** que **des marques éthiques**

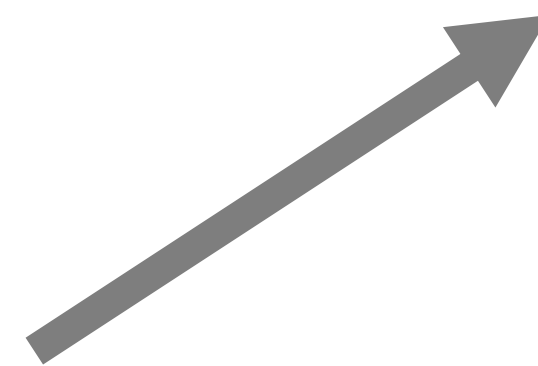
MONTREZ L'EXEMPLE ET NE PAS SE CONTENTER DE DISCOURS

C'est le moment de vérité pour mettre en action la raison d'être de la marque de manière significative et pertinente

De la promesse
de marque

Comment la marque améliore le quotidien des **consommateurs**?

Utiliser son pouvoir pour faire du **profit**.



À la démonstration
de sa raison d'être

Comment la marque aide la **société** pendant la pandémie ?

Utiliser son pouvoir pour avoir de **l'impact**.

MONTRER L'EXEMPLE VERS LES SALARIÉS / CLIENTS / COMMUNAUTÉS



Q13. Que devraient faire les entreprises en ce moment ? Sélectionnez jusqu'à 5 affirmations parmi celles que vous considérez les plus importantes.

MONTRER L'EXEMPLE VERS SES SALARIÉS / CLIENTS / LA COMMUNAUTÉ



BUSINESS

As Chanel, Hermès Vow to Keep Up Employees' Salaries on Their Own, LVMH, Kering Reconsider Plans to Seek Government Aid

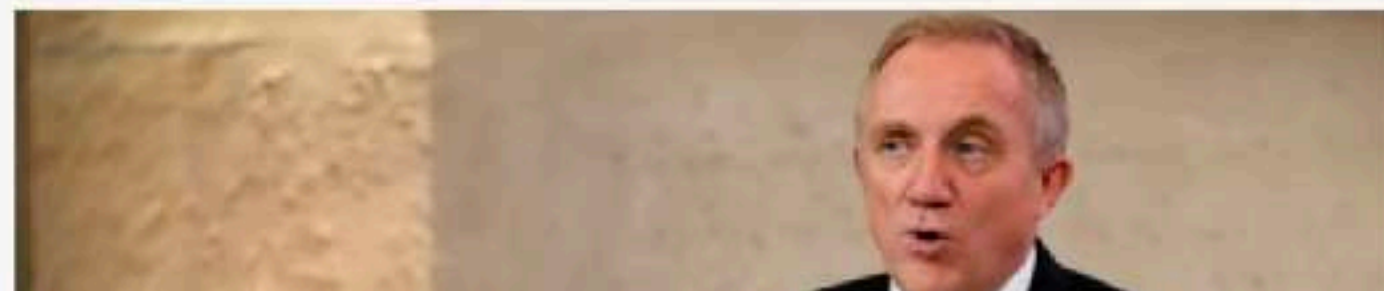
April 7, 2020 - ByTFL

France, which is home to some of the most esteemed and valuable names in fashion, has rolled out a number of initiatives aimed at safeguarding the health of native companies and protecting its citizens from sweeping unemployment in light of the rising impact of the COVID-19 virus. One such effort? A \$50.16 billion "expanded partial-unemployment package in which the [French government will] pay the salaries of employees who are needed during

Kering CEO François-Henri Pinault Is Cutting His Salary as Covid-19 Wreaks Havoc on the Luxury Market

The billionaire and his right-hand man are taking 25 percent salary cuts—and giving up their other comper entirely.

BY MARTIN LERMA ON APRIL 10, 2020



Get the Magazine
Subscribe today
save up to 20%



LVMH
@LVMH



#LVMHjoinsforces and says a special THANK YOU to all those involved in the manufacturing of #HydroalcoholicGel, in particular to its exceptional production teams from @Guerlain, #DiorParfums and @ParfumsGivenchy showing great solidarity and engagement for the common good.



741 19:21 - 19 mars 2020



322 personnes parlent à ce sujet



RATP Group @RATPgroup

Merci à nos agents #RATP, aux personnels soignants et à tous les #HérosduQuotidien qui travaillent chaque jour pour nous tous. Pour les soutenir, adressez-leur quelques mots en utilisant #UneLignePourVous. Nous leur diffuserons votre message sur les écrans des réseaux métro & RER

#UneLignePourVous

261 likes · 13:40 - 26 mars 2020

167 personnes parlent à ce sujet

MERCI À TOUS LES HÉROS DISCRETS.

Merci aux agriculteurs, aux pêcheurs, à tous ceux qui travaillent dans nos Usines et nos bases logistiques. Aux chauffeurs, aux transporteurs, à nos partenaires.

Merci à tous ceux qui travaillent dans nos magasins.

Merci à tous ceux qui leur permettent de venir y travailler, ceux qui assurent leur transport ou gardent leurs enfants.

Merci à tous les acteurs de la distribution alimentaire, les grands comme les petits.

Ils sont en première ligne pour répondre à vos besoins.

Merci enfin à tous ceux qui restent le plus possible chez eux. Merci à ceux qui ne viennent pas, ou seulement quand c'est nécessaire. À ceux qui viennent seuls, pour tout leur foyer. Merci à tous ceux qui font leurs courses de manière responsable et solidaire.



Coronavirus : la grande distribution verse une prime aux salariés exposés

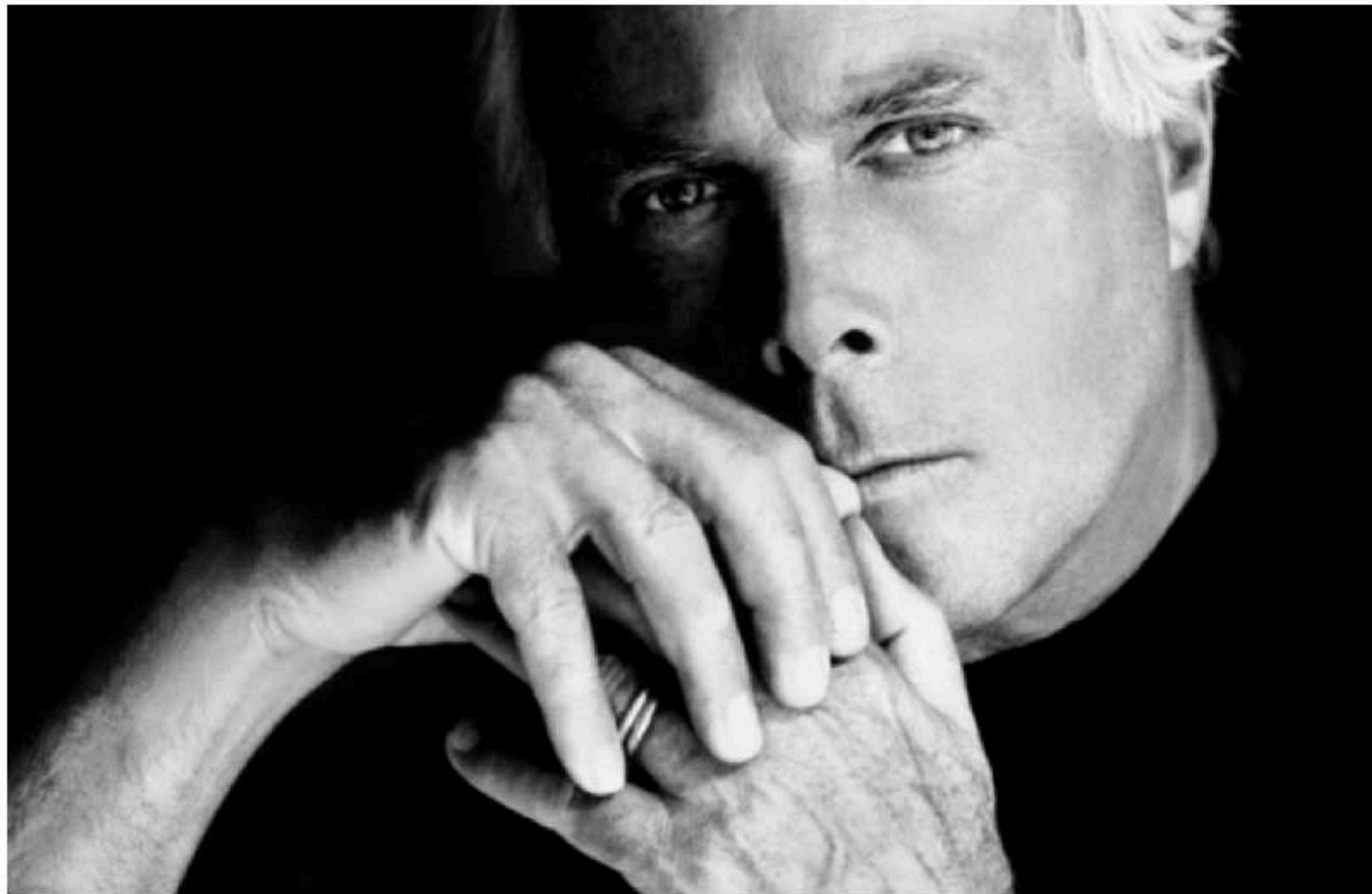
Auchan a été le premier à annoncer une prime de 1000 euros pour ses salariés sur le pont en pleine crise sanitaire. Carrefour, Intermarché, Système U ou encore Lidl ont suivi, tandis que le groupe Casino et Leclerc n'ont encore pris aucune décision.

QUAND DES INDUSTRIES ENTIÈRES SE REMETTENT EN CAUSE...

Giorgio Armani Writes Open Letter to WWD

The designer praises a slower fashion movement and plans to realign collection seasons in stores.

By [Luisa Zargani](#) on April 3, 2020



Giorgio Armani
Julian Broad

The decline of the **fashion** system as we know it began when the luxury segment adopted the operating methods of fast **fashion**, mimicking the latter's endless delivery cycle in the hope of selling more, yet forgetting that luxury takes time, to be achieved and to be appreciated. Luxury cannot and must not be fast. It makes no sense for one of my jackets or suits to live in the shop for three weeks before becoming obsolete, replaced by new goods that are not too different.

This crisis is also an opportunity to restore value to authenticity: Enough with fashion as pure communication, enough with cruise shows around the world to present mild ideas and entertain with grandiose shows that today seem a bit inappropriate, and even a tad vulgar — enormous but ultimately meaningless wastes of money. Special events should happen for special occasions, not as a routine.

IL NE S'AGIT PLUS SEULEMENT D'UN VOILET "RSE"...



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

17 GOALS TO TRANSFORM OUR WORLD



PASSER DE LA SIMPLE **RSE** (RESP. SOCIALE & ENVIRONNEMENTALE) À **L'IMPACT POSITIF**



COMMON THREADS INITIATIVE

REDUCE

WE make useful gear that lasts a long time
YOU don't buy what you don't need

REPAIR

WE help you repair your Patagonia gear
YOU pledge to fix what's broken

REUSE

WE help find a home for Patagonia gear
you no longer need
YOU sell or pass it on*

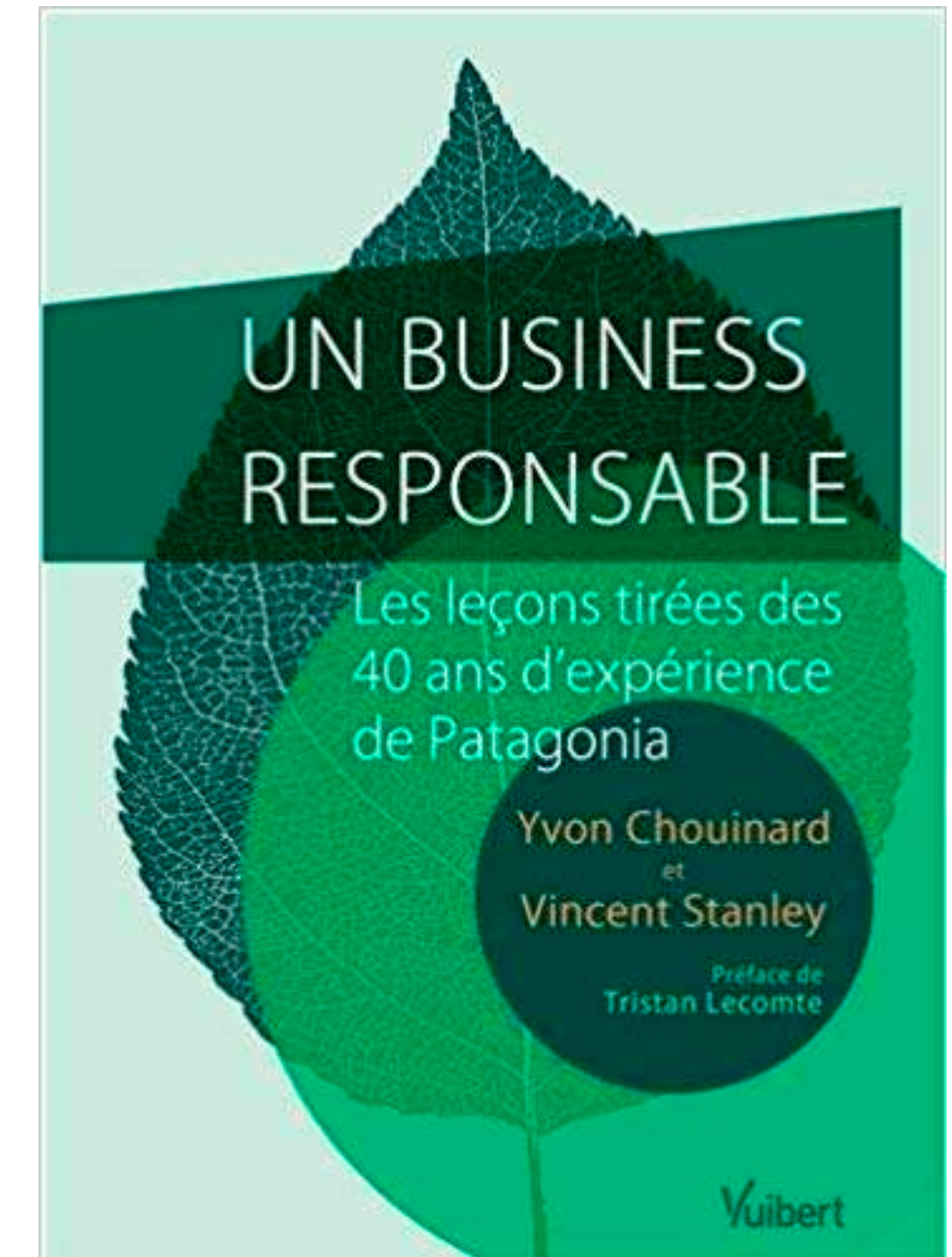
RECYCLE

WE will take back your Patagonia gear
that is worn out
YOU pledge to keep your stuff out of
the landfill and incinerator



REIMAGINE

TOGETHER we reimagine a world where we take
only what nature can replace



14% CROISSANCE/AN DEPUIS 2009 ET ENVIRON 1 MILLIARD \$ REVENUS

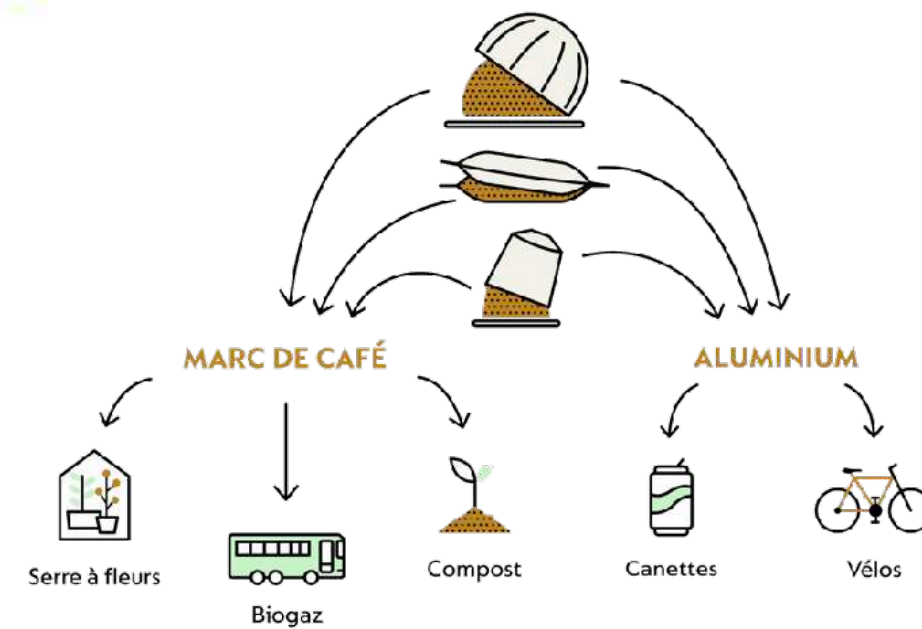
ETRE PRAGMATIQUE QUITTE À S'ALLIER ENTRE CONCURRENTS



RECYCLONS!

À PARIS,
RECYCLEZ VOS CAPSULES NESPRESSO
DANS LE BAC JAUNE

L'aluminium est 100% recyclable. 10 ans d'investissements et de partenariats pour vous permettre de trier tous vos petits emballages en aluminium.



#NespressoAgit

En partenariat avec le et

[Exclusif LSA] Nespresso France et JDE France s'allient pour le recyclage des capsules aluminium

SYLVIE LAVABRE | ENTREPRISES, INDUSTRIELS, EPICERIE

PUBLIÉ LE 28/11/2019, MIS À JOUR LE 28/11/2019 À 20H00

TWITTER FACEBOOK LINKEDIN GOOGLE+ EMAIL IMPRIMER

Les deux géants du café Nespresso et Jacobs Douwe Egberts France (L'Or, Senseo...), annoncent la création commune de l'Alliance pour le Recyclage des Capsules en Aluminium. Une structure dont l'objectif est de recycler toutes les capsules de café en aluminium en France.

Wrangler MEN WOMEN KIDS WESTERN GIFTS SALE



INDIGOOD™ FOAM-DYE BY WRANGLER ELIMINATES WATER FROM THE DENIM DYEING PROCESS, GIVING YOU A MORE SUSTAINABLE JEAN THAT'S REVOLUTIONIZING THE FASHION INDUSTRY.



Wrangler ICONS™ with Indigoood™
Time tested by rodeo riders, spirited youth and rock stars alike, the Wrangler ICONS™ Collection combines the authenticity of our 70 year journey with the attitude of another era.



NIKE

NIKECIRCULARDESIGN.COM

CIRCULARITY WORKBOOK: GUIDING THE FUTURE OF DESIGN

PENSOLE™ x *allbirds*
ACADEMY

MASTERCLASS

INTERNSHIP OPPORTUNITY
STAY TUNED FOR MORE DETAILS

CLASS DATES
MARCH 23-APRIL 10

SUBMISSION DEADLINE
MARCH 9TH

CLASS LOCATION
PORTLAND, OR

COSTS
FREE TUITION +
SHARED HOUSING

REGISTER AT
WWW.PENSOLE.COM

COLOR & MATERIAL DESIGN | APPAREL & ACCESSORIES DESIGN | FOOTWEAR DESIGN

Mlab | FAAS | PENSOLE™

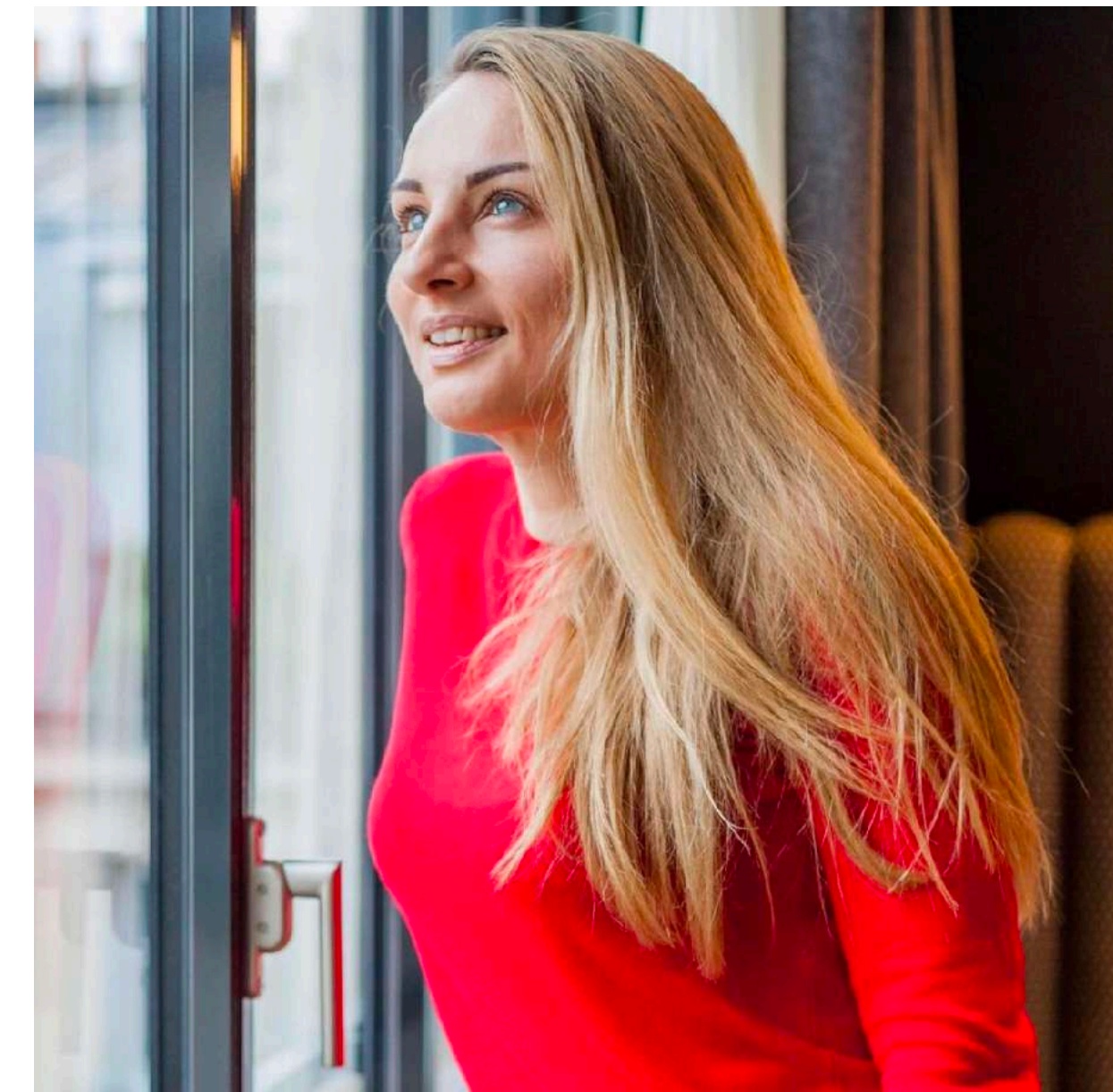


SUSTAINABILITY & POSITIVE IMPACT : UN SUJET COMPLEXE POUR ÉVITER LE GREENWASHING

TRANSITION FOR GOOD ®

		AUDITER	PLANIFIER	TESTER & APPRENDRE	DEPLOYER	OPTIMISER
Gouvernance Durable	Leadership	Stratégie et Purpose. Avantages concurrentiels.				
	Finance	Nouveaux KPIs de pilotage. Triple bottom line: Profit-People-Planet.				
	Culture et organisation	Valeurs et culture. Sustainable upskilling.				
Empreinte Environnementale	Innovation Produits & Packaging	Conception circulaire et sustainable open innovation.				
	Manufacturing & Supply Chain	Transparence et traçabilité. Challenger les normes.				
	Commercial & Relation Clients	Nouveau business model. Responsabilité et authenticité.				
	Marketing & Digital	Education. Dialogue ouvert. Co-développement.				
Empreinte Sociétale	Management des collaborateurs et des candidats	Symétrie des attentions collaborateurs. Empowerement.				
	Impact sur son territoire	Collaboration pre-compétition.				
	Management des Partenaires	Co-développer avec ses fournisseurs.				

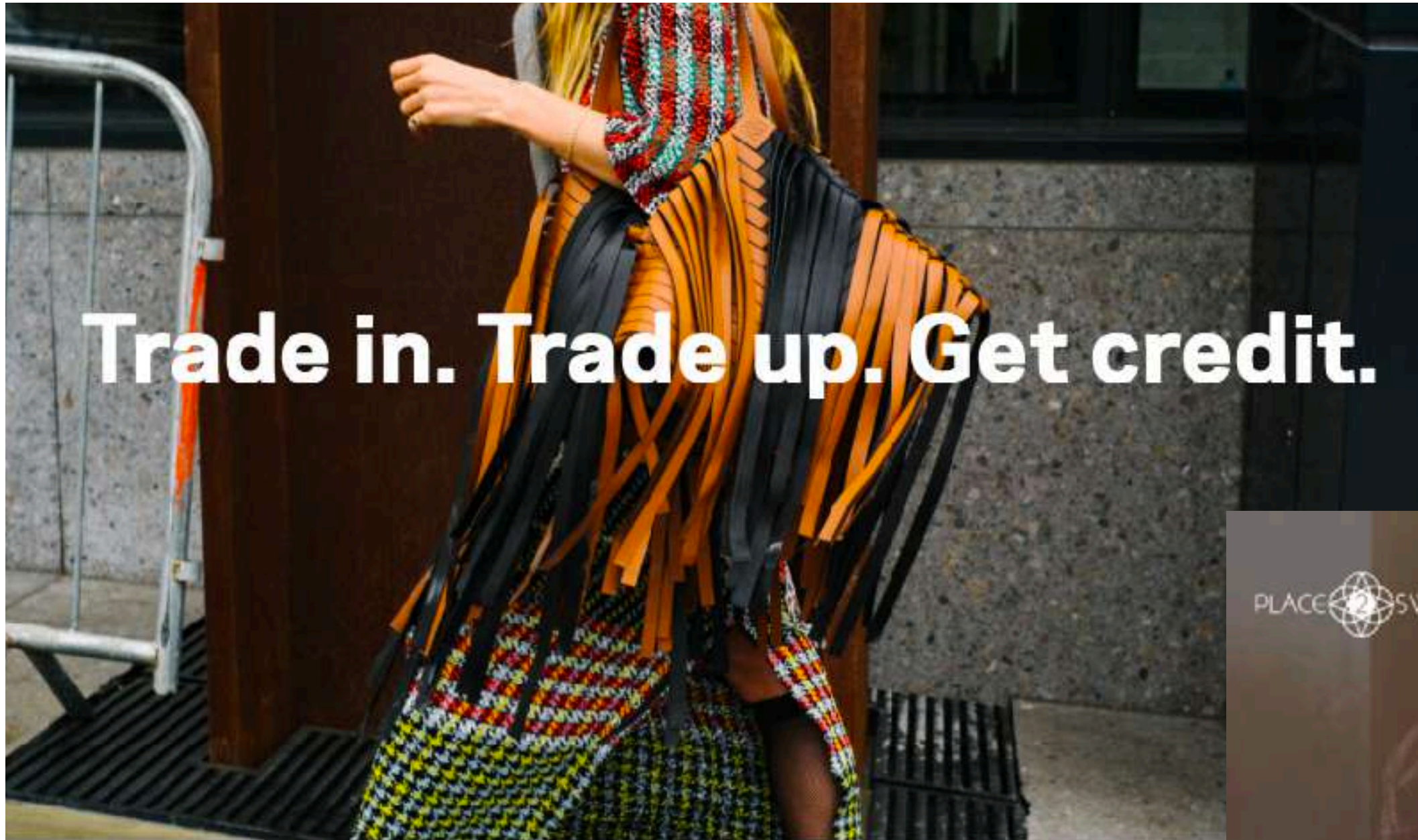
Par Mirela Orlovic



DU RSE (RESP. SOCIALE & ENVIRONNEMENTALE) À L'IMPACT POSITIF CHEZ UNILEVER



DURABLE : LE MARCHÉ DE LA SECONDE MAIN, MÊME DANS LE PREMIUM



Sell your designer bags for Farfetch credit

PLACE2SWAP NOTRE SOLUTION À PROPOS

La technologie Place2Swap permet aux marques d'intégrer le marché de l'occasion dans leur modèle économique

EN SAVOIR PLUS



FINANCE #RETAIL

Vestiaire Collective lève 59 millions d'euros pour développer la mode d'après

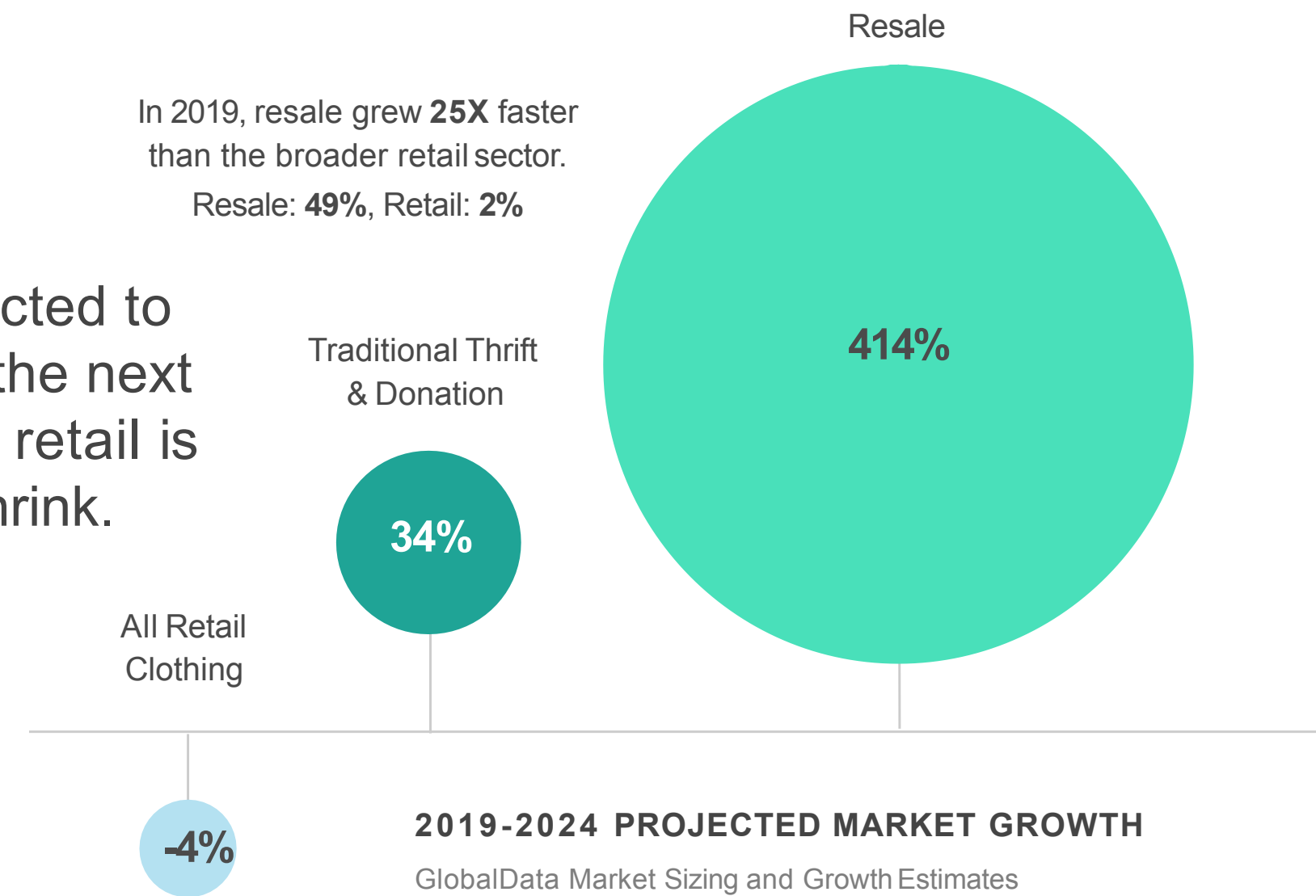
69509 - UN FIRE

PAR ANAIS RICHARDIN - 21 AVRIL 2020, 09H01

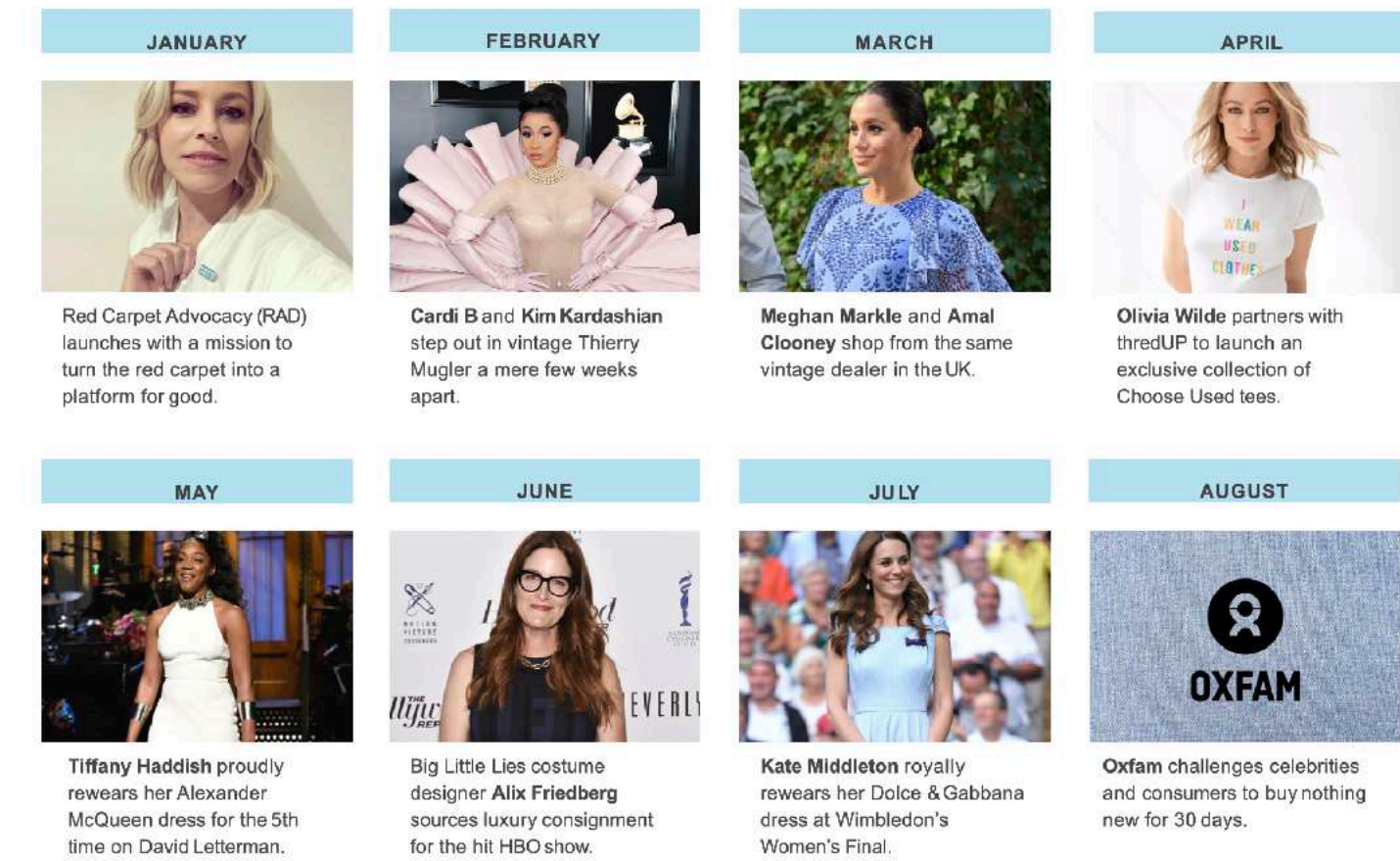
Vestiaire Collective boucle une nouvelle levée de fonds auprès de trois nouveaux actionnaires et des investisseurs historiques. L'enveloppe de 59 millions d'euros permettra à la plateforme spécialisée dans le seconde main de luxe de s'attaquer à la Corée et au Japon et de dopper sa croissance aux États-Unis.

DURABLE : LE MARCHÉ DE LA SECONDE MAIN, MÊME DANS LE PREMIUM

Resale is expected to grow 5X over the next 5 years, while retail is projected to shrink.



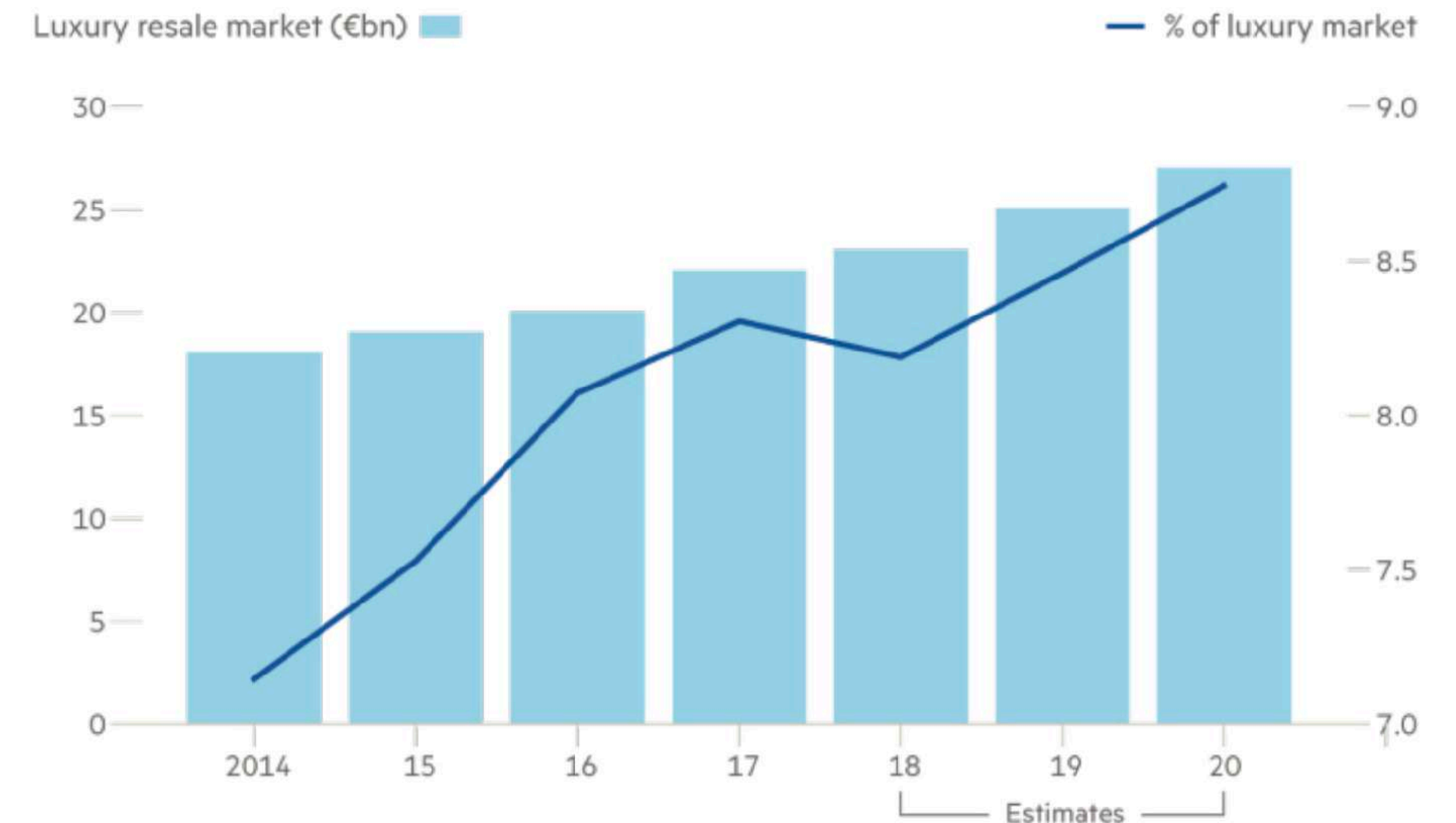
Stigma to Status: Celebrities Champion Secondhand



WHERE SHOPPERS PLAN TO SHIFT THEIR SPEND IN THE NEXT 12 MONTHS



Global luxury second-hand market 2014-2020



DURABLE : VERS UNE RELOCALISATION PROGRESSIVE MALGRÉ LE COÛT?



“

LE CHALLENGE ÉTAIT DE PASSER D'UNE PRODUCTION 100% CHINOISE À UNE PRODUCTION 90% MADE IN EUROPE (FRANCE, ITALIE, PORTUGAL) AVEC 50% DE MATIÈRES NATURELLES EN 10 MOIS.

”

Karine Schrenzel
CEO
3 SUISSES

16 octobre 2019

3 SUISSES

DURABLE : À SUIVRE : LES FERMES URBAINES, POUR DES CIRCUITS ULTRA-COURTS.



LA PRODUCTION/CONSO DE VIANDE/PROTÉINES VA DEVOIR ÉVOLUER



Tous vegans?



Les insectes?



Les repas à boire



Via les laitages?



Le InVitro



VIANDE ET CUIR INVITRO: LA CHINE A DÉJÀ SIGNÉ UN DEAL À 300M\$ AVEC 3 STARTUPS ISRAËLIENNES



ÉTHIQUE : PRENDRE POSITION POUR DES VALEURS, DES CAUSES QUITTE À DÉPLAIRE

Gillette #MeToo razors ad on 'toxic masculinity' gets praise - and abuse

Backlash includes call for boycott of P&G, complaining commercial 'emasculates men'



▲ Gillette's 'We believe: the best men can be' razors commercial takes on toxic masculinity - video

Shaving company Gillette has been bombarded with both praise and abuse after launching an advertising campaign promoting a new kind of positive masculinity.



MÊME LA BEAUTÉ, LA MODE, LE LUXE, DOIVENT SE METTRE À **CHANGER!**



MÊME LA BEAUTÉ, LA MODE, LE LUXE SE METTENT À **CHANGER!**

Dolce & Gabbana : Des mannequins + size et des tailles jusqu'à 54



MÊME LA BEAUTÉ, LA MODE, LE LUXE, DOIVENT SE METTRE À **CHANGER!**

<https://lawsofmotion.com> :99 tailles disponibles pour une marque de robes



MÊME LA BEAUTÉ, LA MODE, LE LUXE, DOIVENT SE METTRE À **CHANGER!**

SEPHORA 15% PLEDGE AUX ÉTATS-UNIS



fifteen percent pledge

Today we're joining the 15% Pledge and dedicating 15% of our shelf space to Black-owned companies.

We're committed to all three stages of the Pledge.

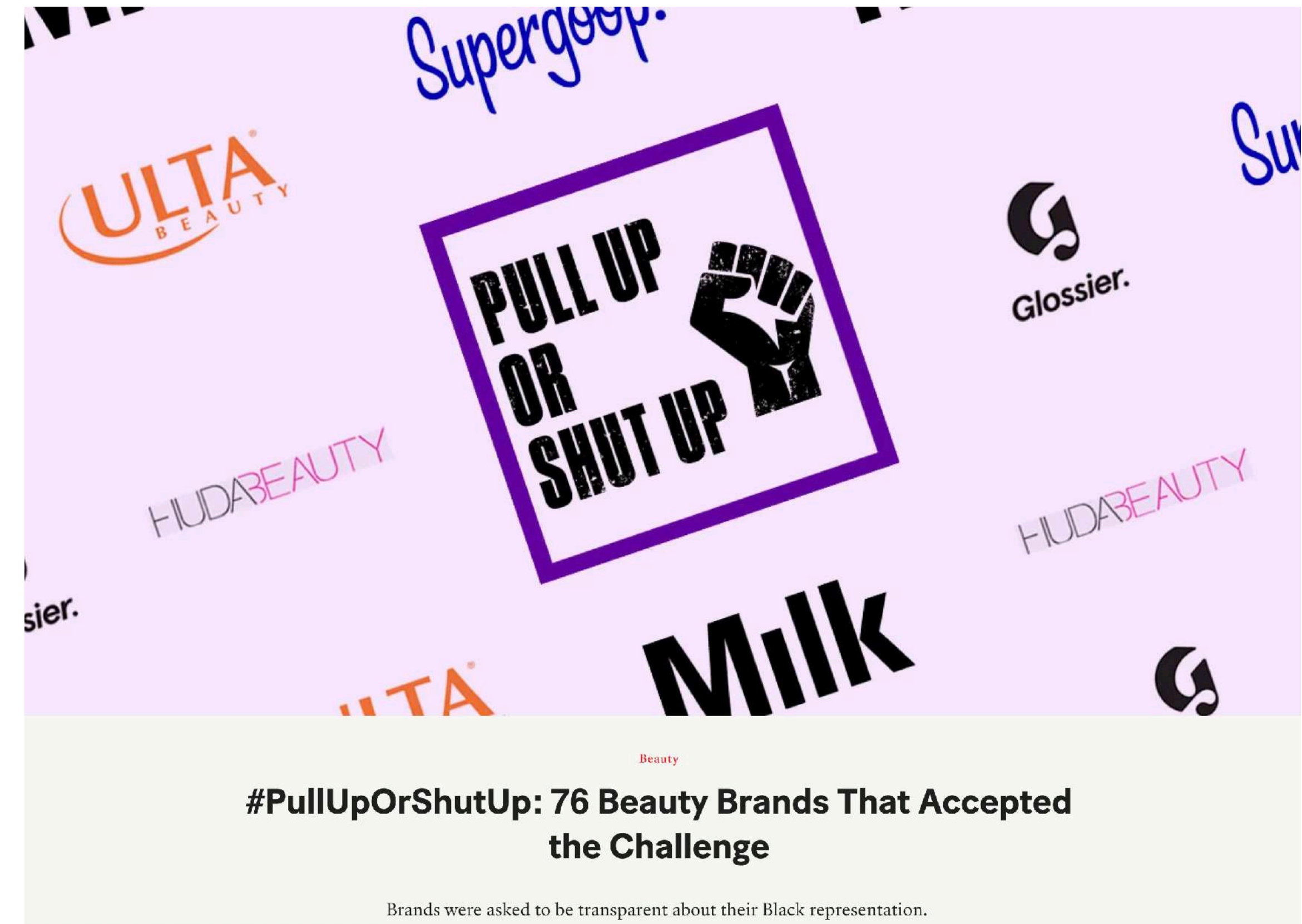
Take stock of the current percentage of shelf space and contracts dedicated to Black-owned businesses.

Take ownership of our findings, understand blind spots and disparities, and identify concrete next steps.

Take action to publish and execute our plan for growing the share of Black businesses we help empower to at least 15%.

<https://15percentpledge.org>

LES MARQUES OBLIGÉES À LA TRANSPARENCE



PULL UP OR SHUT UP

Brands shown: ULTA BEAUTY, Supergoop., Glossier., HUDABEAUTY, Milk.

#PullUpOrShutUp: 76 Beauty Brands That Accepted the Challenge

Beauty

Brands were asked to be transparent about their Black representation.

MAIS ATTENTION AUX FAUX PAS DANS UN CONTEXTE ULTRA SENSIBLE

Beloved boho brand Zimmermann's retail employee guide makes it hard to be a Black employee

The leaked presentation guide reads as an ode to Eurocentric beauty and prohibits top knots, plaits, and braids.



ZIMMERMANN GROOMING & PRESENTATION STANDARDS Visual Guide

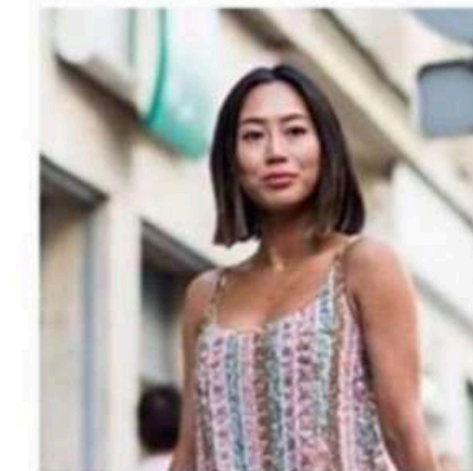
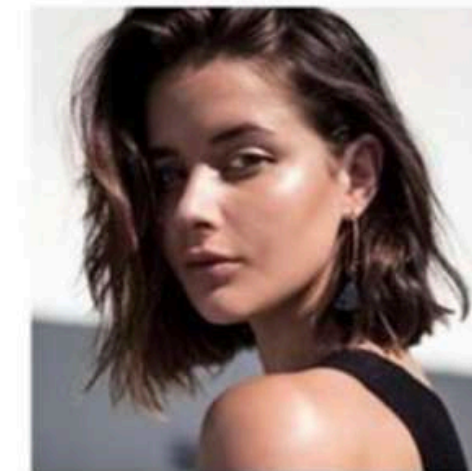
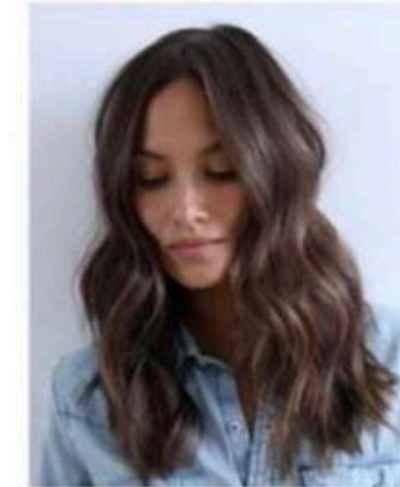


ZIMMERMANN GROOMING & PRESENTATION STANDARDS Visual Guide

Hair: Hair must be clean and styled to come to work. If dyed, the colour must be one found in naturally occurring hair colours. Hair ties and bobby pins used must match your hair colour. No hair ties to be worn around wrists.

Hair: Hair can be worn in soft, textured loose waves, or blow dried straight with a center parted or side part. If worn up; there are to be no high buns, top knots, plaits, braids, or ponytails worn high on top of the head. Only a polished ponytail can be worn on the floor; it can be worn low to mid with a part or no part. Please refer to images for guidance. Hair must always look polished and styled. If worn out, it must be blow dried or curled/styled, clean and polished. If hair is worn up, it must still be clean and polished. If you color your hair, please maintain at all times. Some suggested products:

- ✓ Lea Journo 'Sel de mer' Sea Salt Texture Spray
- ✓ Bumble and Bumble Surf Foam Spray Blow Dry
- ✓ Eleven Australia Smooth and Shine Anti Frizz Serum
- ✓ L'Oreal Elneff Hairspray
- ✓ Klorane Dry Shampoo with Oat Milk or Nettle
- ✓ Batiste Dry Shampoo
- ✓ Kevin Murphy Easy Rider
- ✓ Kevin Murphy Young Again Immortelle Infused Treatment Oil
- ✓ Oribe Dry Texturizing Spray



Hair: Hair can be worn in soft, textured loose waves, or blow dried straight with a center parted or side part. If worn up; there are to be no high buns, top knots, plaits, braids, or ponytails worn high on top of the head. Only a polished ponytail can be worn on the floor; it can be worn low to mid with a part or no part. Please refer to images for guidance. Hair must always look polished and styled. If worn out, it must be blow dried or curled/styled, clean and polished. If hair is worn up, it must still be clean and polished. If you color your hair, please maintain at all times. Some suggested products:

MAIS ATTENTION AUX FAUX PAS DANS UN CONTEXTE ULTRA SENSIBLE

Starbucks bans BLM attire for employees, then unbans it

Crisis PR at its finest. A day after a memo banning employees from wearing BLM merch leaked, the coffee chain quickly reversed course with its own custom merch.

THE HILL The Hill @thehill
Starbucks bans employees from wearing anything in support of Black Lives Matter hill.cm/dRYDDT7

Starbucks Coffee @Starbucks
Black Lives Matter. We continue to listen to our partners and communities and their desire to stand for justice together. The Starbucks Black Partner Network co-designed t-shirts with this graphic that will soon be sent to 250,000+ store partners.

11:25 AM · 6/11/20 · SocialFlow
13.9K Retweets 6,226 Likes

9:55 AM · 6/12/20 · Twitter Web App

celine @celine
CELINE STANDS AGAINST ALL FORMS OF DISCRIMINATION, OPPRESSION AND RACISM. TOMORROW'S WORLD WILL NOT EXIST WITHOUT EQUALITY FOR ALL.

jasonbolden @jasonbolden
wait really, u guys dont dress any black celebs unless they have a white stylist @celine 🤔👊 FACTS

celine CELINE STANDS AGAINST ALL FORMS OF DISCRIMINATION, OPPRESSION AND RACISM. TOMORROW'S WORLD WILL NOT EXIST WITHOUT EQUALITY FOR ALL.

#BLACKLIVESMATTER

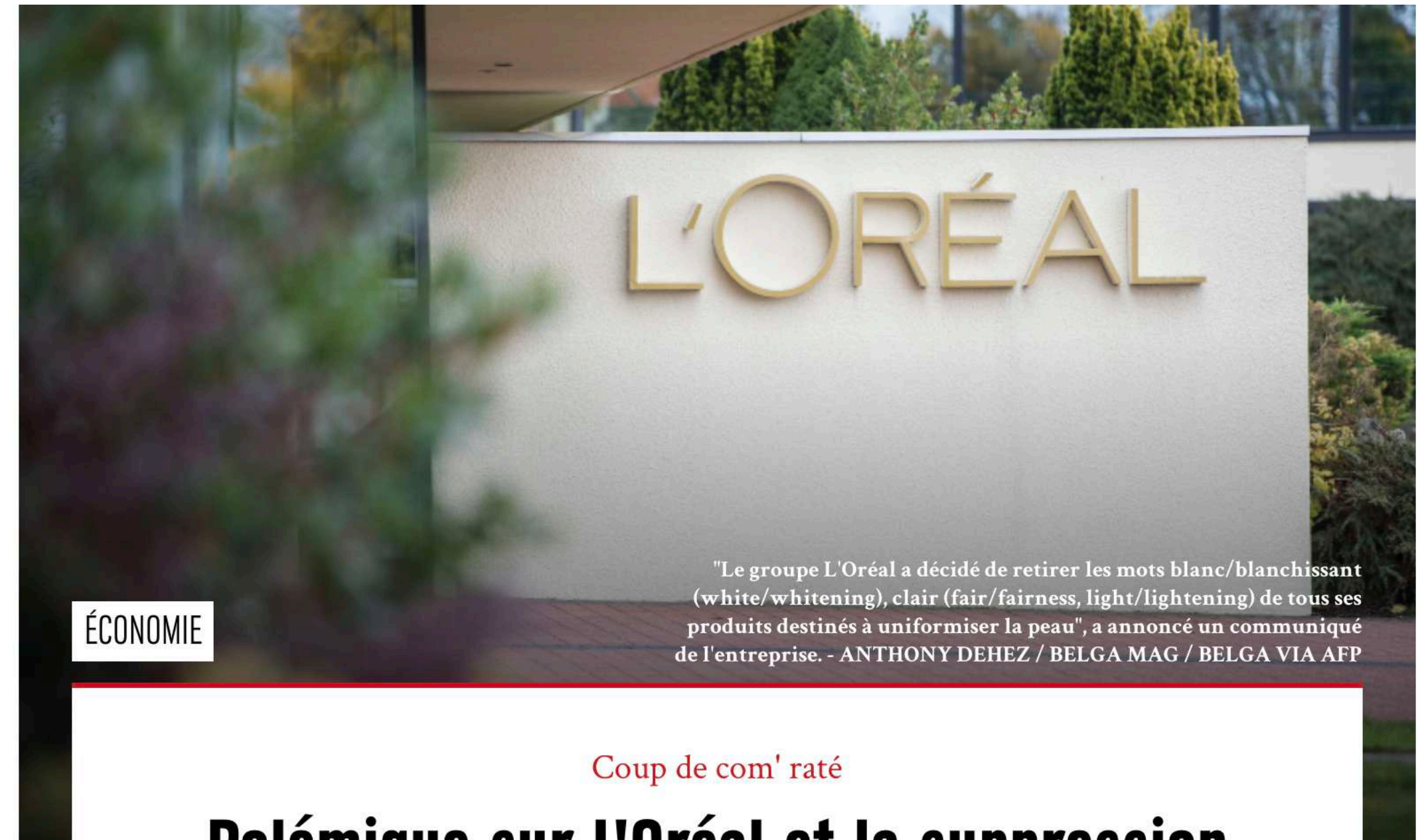
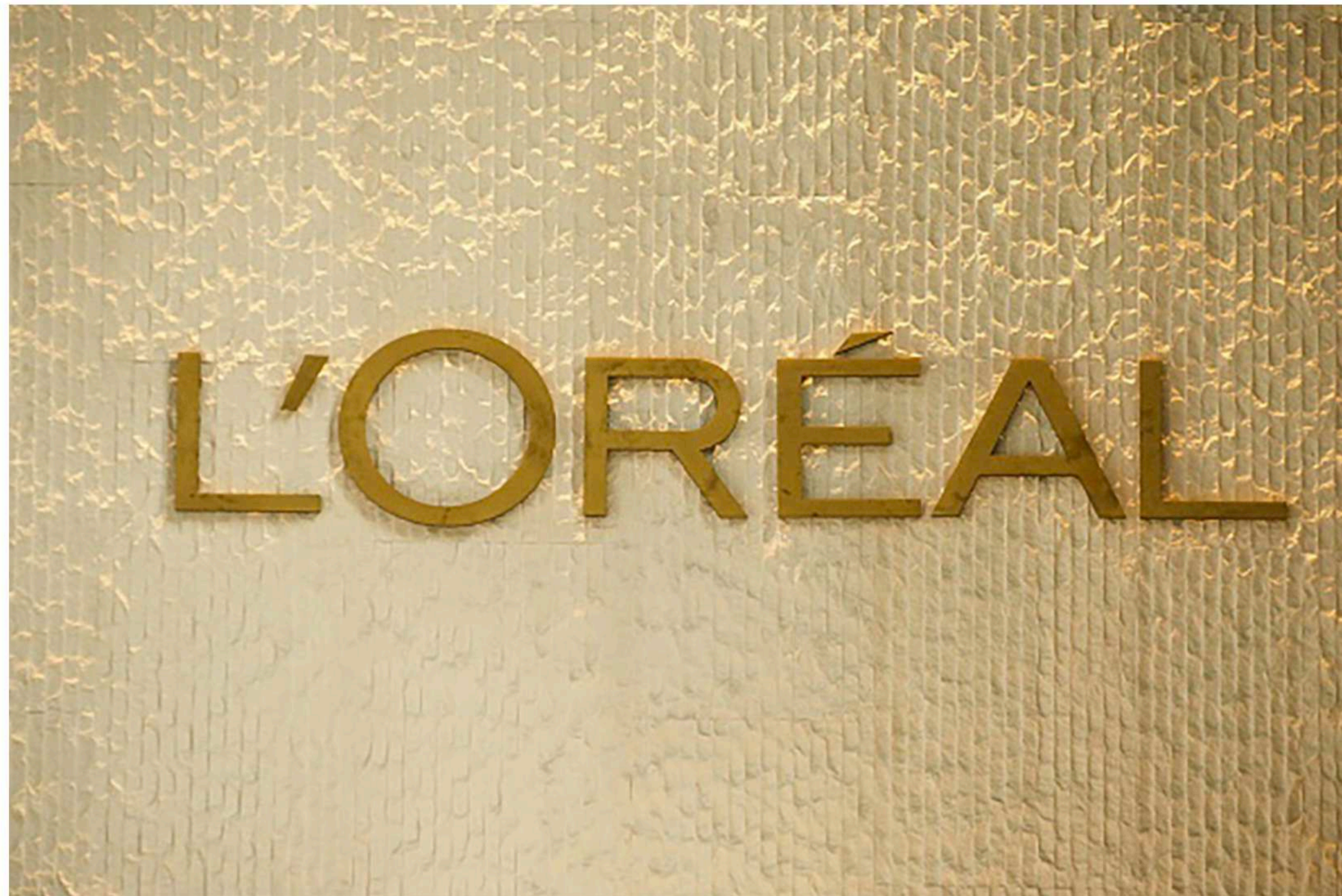
MAIS ATTENTION AUX FAUX PAS DANS UN CONTEXTE ULTRA SENSIBLE

L'Oreal to drop words such as 'whitening' from skin products



Published 6 days ago on June 27, 2020

By Shruti Verma



ÉCONOMIE

"Le groupe L'Oréal a décidé de retirer les mots blanc/blanchissant (white/whitening), clair (fair/fairness, light/lightening) de tous ses produits destinés à uniformiser la peau", a annoncé un communiqué de l'entreprise. - ANTHONY DEHEZ / BELGA MAG / BELGA VIA AFP

Coup de com' raté

Polémique sur L'Oréal et la suppression des références au "blanchiment" : quelle est la dangerosité des produits ?

Par Sébastien Grob

Publié le 01/07/2020 à 10:21



L'Oréal a annoncé samedi 27 juin vouloir modifier le nom de certains produits pour y enlever les références à un "blanchiment" de la peau. Cette décision a suscité l'indignation sur les réseaux, au prix d'une confusion sur la dangerosité des produits concernés dans certains cas.

Ce
Ge
Ge
M
Sh
Tr

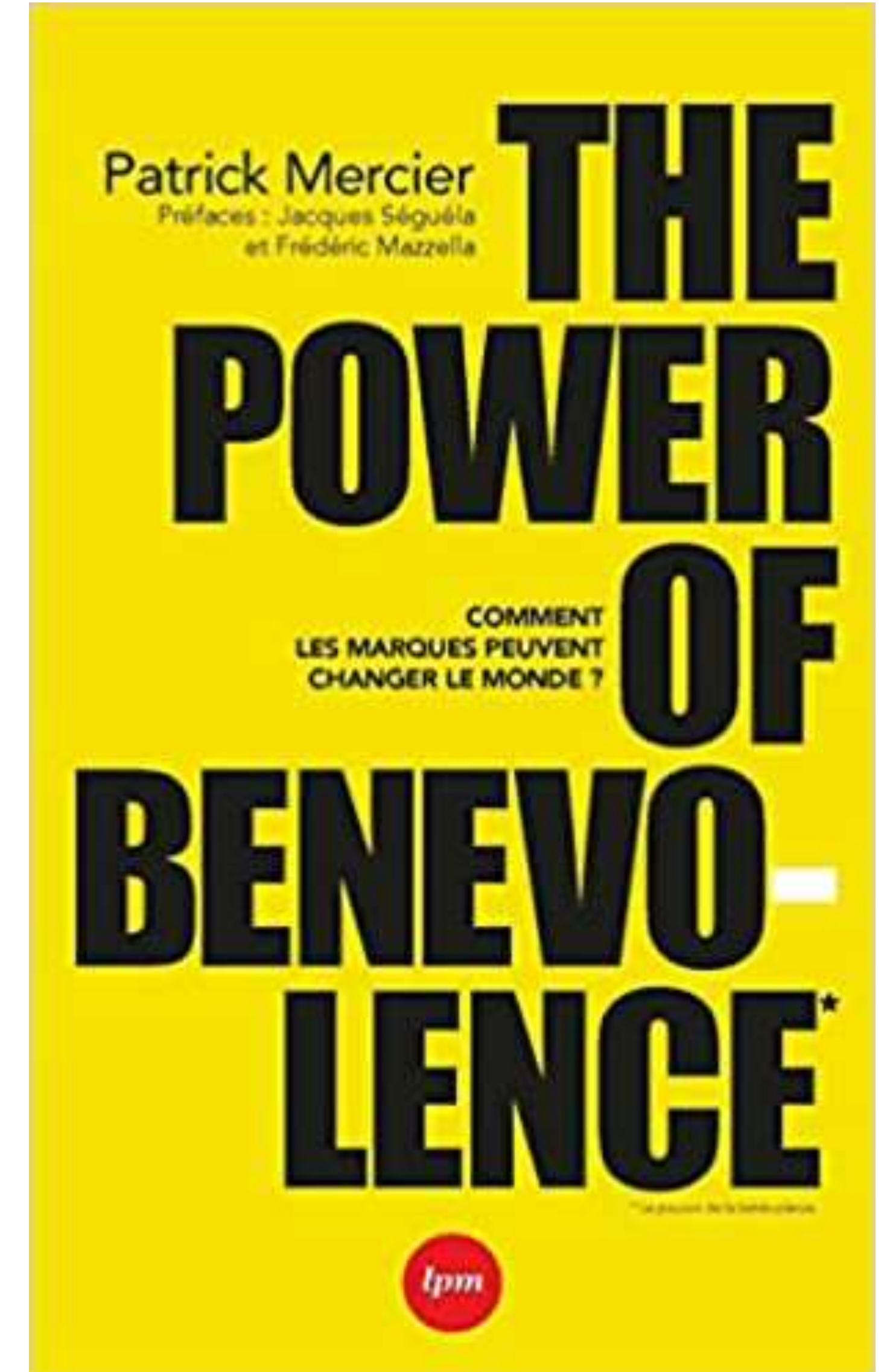
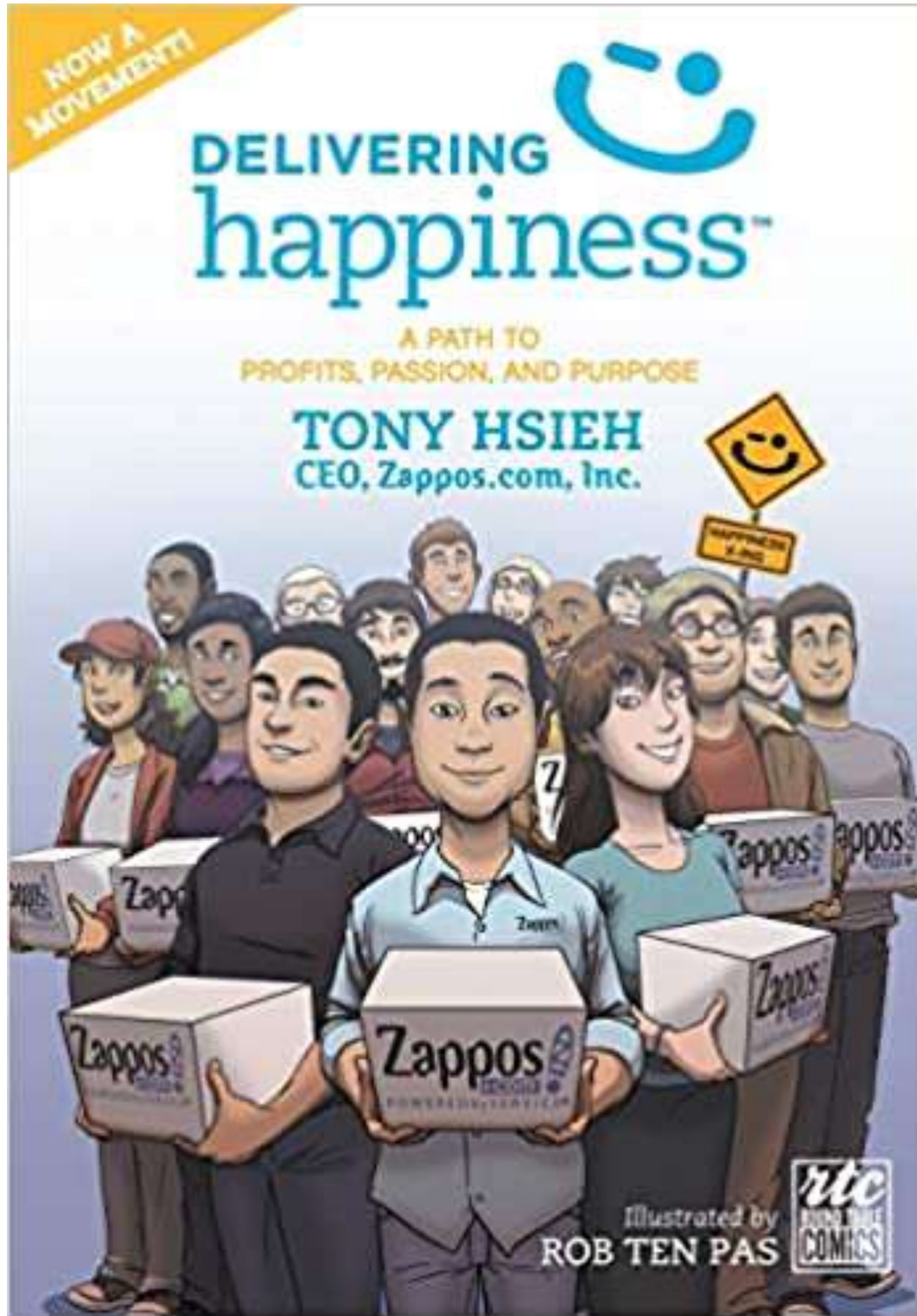
Si
sa

LA
ap

N
Ge

FS

RESPECT & BIENVEILLANCE : UNE APPROCHE RENTABLE!



7

**MAIS AUSSI LE RISQUE
D'UN MONDE INHUMAIN,
ANXIOGÈNE ET EN TENSION**

UN MONDE EN PROIE AUX TENSIONS ET AU CHAOS

UN CONTEXTE COMPLEXE ET ANXIOGÈNE

À NE PAS SOUS-ESTIMER

DIFFICULTÉS ÉCONOMIQUES

- Crises économiques et dépressions
- Hausse des licenciements et du chômage
- Hausse des inégalités
- Endettement des ménages et états
- Crise climatique, pauvreté et famines, difficulté d'accès à l'eau
- Immigration de masse

CRISPATIONS & TENSIONS

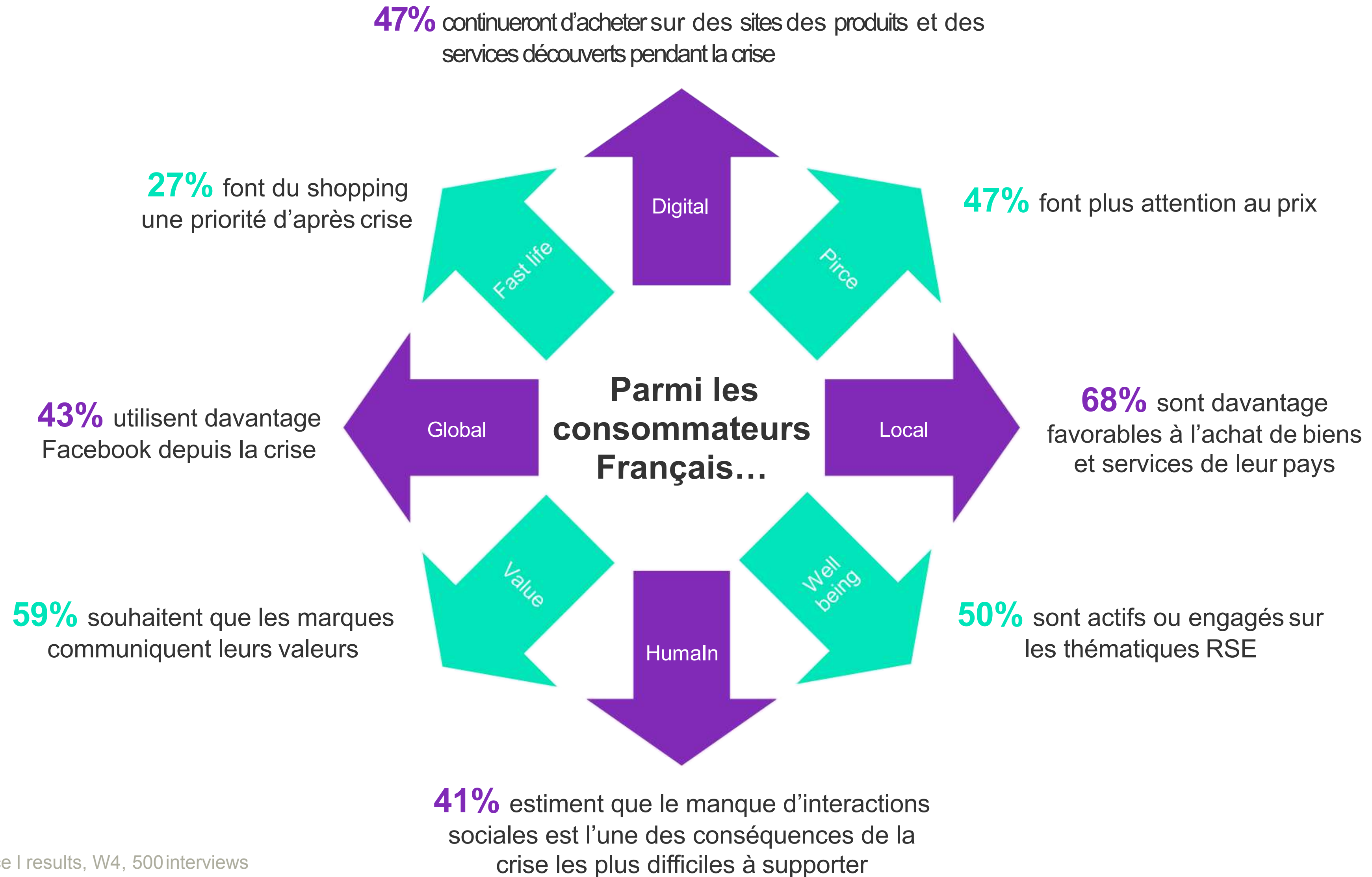
- Hausse des extrêmes
- Tensions : Tradition vs modernité
- Montée du nationalisme
- Conflits territoriaux
- Tensions religieuses et ethniques
- Compétition pour les ressources
- Guerres économiques

SURVEILLANCE TECHNOLOGIQUE

- Oligopoles des Big Tech
- Toute puissance de l'IA et de la data
- Abus de position par les grands groupes internationaux
- Surveillance des citoyens par les entreprises, employeurs et gouvernement

Un risque de **perte de confiance > chaos**

DES CRISPATIONS ET TENSIONS PARFOIS CONTRADICTOIRES



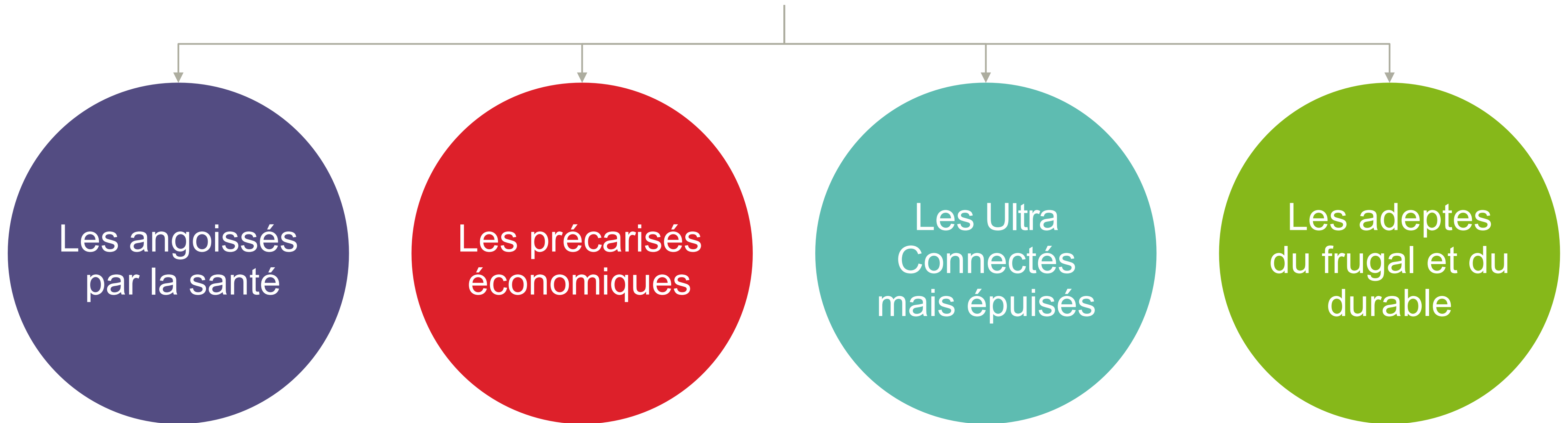
KANTAR

Kantar Covid-19 Barometer, France I results, W4, 500 interviews

DES CRISPATIONS ET TENSIONS PARFOIS CONTRADICTOIRES

DES CONSOMMATEURS AUX SITUATIONS, RÉACTIONS, ATTENTES **DIFFÉRENTES**

Exemples de profils de consommateurs face à la crise



SURVEILLANCE TECHNOLOGIQUE : UNE DÉRIVE POSSIBLE

BIG MOTHER : DE LA "SOUSVEILLANCE" AU TRACKING PERMANENT?

THE INTERFACE | GOOGLE | POLICY

How COVID-19 is changing public perception of big tech companies

The backlash against tech giants may not be over — but at the very least it's on pause

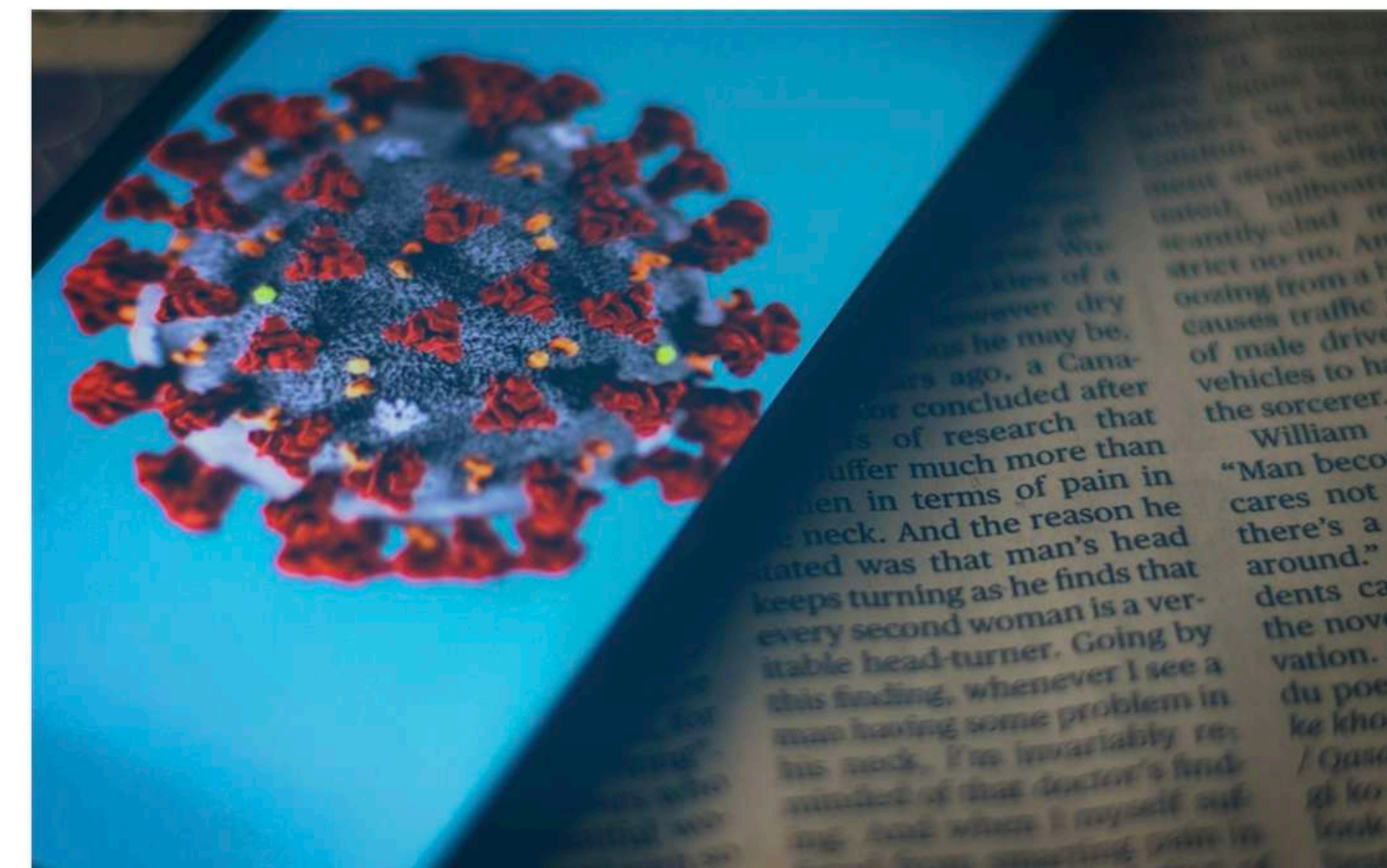


StopCovid : un député fait scandale en proposant plus de libertés aux porteurs de l'application

PAR ROMAIN POMIAN-BONNEMAISON, 25/05/2020

f PARTAGER | t TWEETER | in PARTAGER | ✉ ENVOYER À UN AMI | 0 COM

Un député LREM, Damien Pichereau, a fait scandale en proposant dans une lettre ouverte que ceux qui acceptent d'installer StopCovid bénéficient de plus de libertés que les autres, lorsque l'application de contact tracing sera disponible. Une manière de pousser le téléchargement de l'application refusée catégoriquement par le secrétaire d'Etat chargé du Numérique Cédric O.



Crédits : Unsplash

L'approche de suivi des contacts (ou contact tracing) est l'une des options sur la table pour alléger les mesures de lutte contre le coronavirus. Le projet, baptisé StopCovid, a pour objectif de pouvoir signaler aux usagers si ils sont entré en contact avec une personne présentant les symptômes du COVID-19. Et leur proposer, alors, de se confiner pendant une durée de deux semaines ou le cas échéant jusqu'à disparition des symptômes. Sur le papier, le système peut représenter une alternative très efficace au confinement.

Chinese city plans to turn coronavirus app into permanent health tracker

Officials in Hangzhou say system will be a 'firewall to enhance people's health and immunity'

- [Coronavirus - latest updates](#)
- [See all our coronavirus coverage](#)



▲ A person wearing a face mask displays a green QR code on his phone to show his health status to security at a train station in Wenzhou, China. Photograph: Noel Celis/AFP via Getty Images

A Chinese city is planning to make a health-tracking app introduced as part of the coronavirus response a permanent fixture for its population of 10 million.

Versions of the app have been used across mainland China. It displays a QR code with an individual's virus status, which can be used to determine the extent to which the individual is allowed to move about.



HACK
YOUR SUCCESS!

HUB FORUM

HACK

#HUBEORNIAM

CONCLUSION

FACE À LA CRISE DU COVID : **CONFIANCE = EMPATHIE X RÉSILIENCE**

**LA CONFIANCE EST LE
SOCLE DE BASE DE LA
COMMUNICATION, DU
COMMERCE ET DE
L'HUMANITÉ**

*"Sans confiance, la vie en
société est impossible"*



**Emile Poulat,
historien & sociologue**

FACE À LA CRISE DU COVID : CONFIANCE = EMPATHIE X RÉSILIENCE

**APRÈS LA
TRANSFORMATION
DIGITALE, PRÉPAREZ-VOUS
À DEVOIR REDONNER DU
SENS ET DE L'IMPACT
POSITIF FACE À UNE
CRISE CROISSANTE DE
CONFIANCE INTERNE ET
EXTERNE**





INSTITUTE



EMMANUEL VIVIER

CO-FONDATEUR - HUB INSTITUTE

EMMANUEL.VIVIER@HUBINSTITUTE.COM



[/emmanuelvivier/](https://www.linkedin.com/company/emmanuelvivier/)