

Comment repenser le monde d'aujourd'hui ? Les entrepreneur·e·s de l'Ouest se livrent

Animé·e·s par la volonté de changer, d'améliorer nos manières de travailler, de produire et de consommer, les entrepreneur·e·s de l'Ouest partagent leur vision du monde d'aujourd'hui idéal.

Temps de lecture : minute

28 juillet 2020

Passée l'épreuve du confinement et la mise en suspens de l'activité, vient le retour au travail. Surprise, consternation, abattement, craintes et interrogations légitimes sur l'avenir, laissent place à la réflexion, et à l'action ! Le Palace et l'agence Nantes Saint-Nazaire Développement, aux côtés des hommes et femmes qui entreprennent se font l'écho de leurs visions pour le monde d'après. Des opinions multiples, mais un dénominateur commun : la volonté de changer, pour améliorer nos manières de travailler, de produire et de consommer, afin que celles-ci deviennent plus justes, plus solidaires et plus responsables. Et... que ça ne reste pas qu'une pétition de principe !

Un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle

Le confinement nous a plongés dans un quotidien qui mêlait nos vies professionnelles et personnelles dans un cocktail plus ou moins digeste (sans vouloir faire de mécanique des fluides). Pour Clément Guillon, Deputy CEO de VERTEEGO (éditeur de solutions IA prédictives), cette

réalité nouvelle doit être intégrée à nos futurs modes de fonctionnement et se traduire par des actes forts des dirigeants d'entreprise pour concrétiser (et améliorer) cette tendance. Au-delà du débat autour du tout télétravail, il faut penser de façon constructive avec tous les collaborateurs et collaboratrices la question du comment travailler mieux ensemble. Le but étant de ne conserver que les modes de fonctionnement les plus pertinents.

Thibault Lanoë, Directeur Général de We like Travel (Agence Social Media pour les acteurs du tourisme) veut aussi tirer les leçons de cette période qui a placé le télétravail au cœur de la nouvelle organisation mise en place avec ses équipes. Il se demande s'il faut conserver ce modèle de travail dans l'après-crise appréhendant la difficulté de développer une culture d'entreprise forte capable de maintenir l'alignement des collaborateurs à la stratégie d'entreprise dans ce contexte de travail à distance. Il adhère aux avantages du télétravail mais à condition de savoir concilier vie pro et vie perso. Sans aller jusqu'au "full remote", il avance l'idée d'un système hybride alliant la force du présentiel à l'efficacité du travail nomade, rappelant que son modèle d'agence tire sa force de la friction d'idées et des discussions hors-cadres lors des sessions de travail et de brainstormings.

Bousculer nos modèles : innover sans faire de compromis entre économie et environnement

Dorothee Barth, co-fondatrice de Jho (protections intimes bio et naturelles) a elle aussi ressenti les bénéfices du télétravail. En regardant pousser les bourgeons dans son jardin pendant ses pauses café, elle a pu prendre du recul sur son rythme quotidien de dingue réalisant qu'il est possible de s'autoriser un rythme moins fatigant, mais tout aussi productif. Le confinement l'a conduite, elle et son équipe, à tisser plus de

liens avec ses voisins, avec les commerçants et entrepreneurs locaux. Chez Jho, cette période qui a révélé que tout ne tient qu'à un fil, les a aussi poussés à se challenger et à aller plus loin dans leur offre en imaginant de nouveaux produits, plus locaux et encore plus éthiques.

Pionnière dans la conception d'un vestiaire carbone positif, Faguo (prêt-à-porter éco-responsable) a saisi au vol cette occasion de bousculer ses modèles de production vers un processus plus circulaire. Pour Nicolas Rohr, son co-fondateur, cette pause forcée a accéléré leur envie d'agir pour la planète en s'engageant contre le dérèglement climatique via la réduction des émissions de CO2 (oui c'est possible ☐ et dans tous les secteurs !). Ils ont créé une notation au sein de leur réseau pour challenger leurs magasins en les évaluant sur leur capacité à répondre aux critères pour une mode plus circulaire (collections responsables en matières recyclées, réutilisation de pièces textiles, ou encore alimentation en énergie renouvelable). Malgré la crise économique qui se dessine, il considère que la marque de demain ne doit pas faire de compromis entre économie et environnement.

Transformer notre rapport à la nature et au monde

Une position que partage Sébastien Bourbousson, Président Fondateur d'Ecovelo (Solution de vélos électriques en libre-service), pour qui l'entreprise résiliente construit son business sur des leviers économiques sains et durables (dont le vélo !). Il se félicite d'avoir choisi un projet porteur de sens, bon pour la santé, l'économie et l'environnement, même si ce n'était pas la voie la plus lucrative. Il se dit heureux d'avoir porté cette ambition et d'en tirer certains avantages désormais.

Laure Bouguen, fondatrice et CEO de Ho Karan (cosmétiques naturels à base de cannabis) estime qu'il faut repenser notre manière d'envisager la nature en cessant de la percevoir comme une ressource à exploiter selon

le seul prisme du capitalisme. Depuis des décennies, médias et politiques pointent du doigt une conjoncture défavorable et demandent aux plus pauvres de se serrer toujours plus la ceinture pendant qu'une petite élite amasse les dollars à un rythme qui donnerait le tournis au derviche tourneur le plus aguerri. Pourtant, il n'y a rien de conjoncturel. C'est structurel. Notre modèle néolibéral impose une fuite en avant : grossir, accélérer et consommer toujours plus en épuisant les ressources naturelles et humaines. Elle invite à reprendre le contrôle de nos cerveaux et à réfléchir collectivement à la manière de réinventer notre système, convaincue qu'une autre organisation du monde est possible à la fois plus juste et plus solidaire.

Un monde plus responsable, plus juste et plus solidaire

Marie de Longvilliers, co-fondatrice de Il était plusieurs fois (vide-dressing pour enfants) partage ce point de vue : travailler c'est bien, le faire en pensant aux autres, c'est mieux. Concrètement, elle mise sur un changement des modes de consommation qui prolonge la dynamique vertueuse entamée pendant le confinement lors duquel les gens ont beaucoup acheté de seconde main chez eux. Elle espère que l'achat local et d'occasion sera le mode de consommation privilégié et que nous cesserons de nous bâfrer de superflu (surconsommer) en achetant l'essentiel.

Antoine Cheul, co-fondateur de Shopopop (services de livraison collaborative), se réjouit de l'impact positif du confinement sur notre consommation qui est devenue plus responsable. La crise a montré aussi l'importance de disposer d'espace et de proximité avec la nature. Les citadins coincés dans leurs trois-pièces ne peuvent que lui donner raison. Pourtant les petites villes rurales sont maintenant en mesure d'accueillir les nombreux nouveaux télétravailleurs et télétravailleuses, merci les

nouvelles technologies ! Reste au pouvoir politique d'accompagner cette tendance à l'exode urbain pour équilibrer les territoires, en dynamisant les campagnes et en désengorgeant les villes. Il voit cette crise comme un "stress test mondial" qui a souligné les incohérences de notre système, révélant notamment le déséquilibre absurde entre utilité et rémunération dans le travail.

Le point de vue de Vincent Roux, co-fondateur d'O°Code (technologie d'authentification et suivi des objets) confirme qu'il était plus confortable de vivre cette période à l'abri dans sa maison avec jardin à télétravailler (ou jouir du chômage partiel), pendant que d'autres étaient au front. Tous ces métiers essentiels au bon fonctionnement de la vie économique et sociale de notre pays (caissiers, éboueurs, soignants, agriculteurs, policiers, chauffeurs, livreurs...) ont montré de la plus éloquente des manières à quel point ils sont indispensables, alors même qu'ils sont les moins valorisés socialement et financièrement. Cela semble relever d'une certaine forme d'élitisme qui uniformise les modes de pensée et qui contribuent à creuser le fossé de l'incompréhension avec certaines catégories de collaborateurs et collaboratrices, enfermant les uns et les autres dans des cases. Dirigeant·e·s et entrepreneur·e·s ont un rôle à jouer dans la valorisation de ces métiers en se rappelant le sens de ce qui est accompli, en offrant de meilleures conditions de travail, en revalorisant financièrement cette main d'œuvre et en partageant mieux les richesses entre chaque collaborateur·rice.

Retrouver du sens en questionnant notre modèle de société : moins de bruit et plus de concret !

Priscilla Nogues, CEO de We craft Apps (Agence créatrice de solutions numériques) fait partie de celles et ceux que cette période singulière a poussé à une réflexion approfondie sur soi-même et son rapport à la

société, en se demandant si cette crise pouvait enfanter un monde meilleur... Elle déplore dans le monde d'avant, le flux ininterrompu des activités extérieures qui inonde notre espace vital jusqu'à l'engorger, et l'ingestion d'informations en continu qui s'opère sans même qu'on y pense. Sans nous laisser l'occasion d'y réfléchir pour prendre le recul nécessaire à leur analyse. La communication, omniprésente dans les médias, sur les réseaux sociaux et dans tous les aspects de nos vies nous fait souvent préférer la forme au fond. La crise sanitaire, en provoquant un arrêt sur images, a révélé tous ces aspects auxquels nous ne prêtions pas attention, trop occupés à mener les affaires courantes de nos existences citadines. Elle nous a invité à revenir à l'essentiel, à penser davantage aux autres, à imaginer des actions solidaires, ou tout simplement à mieux communiquer ensemble. N'était-ce qu'une parenthèse, ou alors assiste-t-on aux prémices d'un mouvement de renouveau de la société vers plus de justice, d'authenticité et de solidarité ? Comme l'ensemble des entrepreneurs ici sondés, Priscilla attend de l'après-crise que cette reconquête du sens se traduise concrètement dans notre monde, avec plus d'urgence et de force apportée aux grands enjeux sociétaux et environnementaux dans les entreprises.