



MOB-TECH



1



RENAULT

mobility technology :
l'impact du digital dans l'automobile



kratiroff sept 2023



2

Mob-Tech

Comprendre l'impact des innovations digitales dans l'automobile

Adopter une attitude accueillante vis-à-vis des bonnes innovations

Utiliser les nouveaux outils digitaux pour plus d'impact

Anticiper les disruptions à venir (comprendre les anciennes)

Tech, digital et ESG (RSE)

Participer aux nouvelles plateformes autour des mobilités



 kratiroff sept 2023

3

Mob-Tech

Disruption pervasion

Plateforme & MaaS

Vuca Nbic web3 blockchain

IA tropie : manque de connaissance ou de discernement sur l'IA

Net zero / neutral

Operating System : IOT IIOT IOB

Omnicanalité : parcours et expériences collaborateurs / clients (employee advocacy)



 kratiroff sept 2023



4

Mob-Tech

- 1/ Révolution macro - Renaultion
- 2/ Plateformisation
- 3/ Innovation NBIC
- 4/ SAAS et WEB3

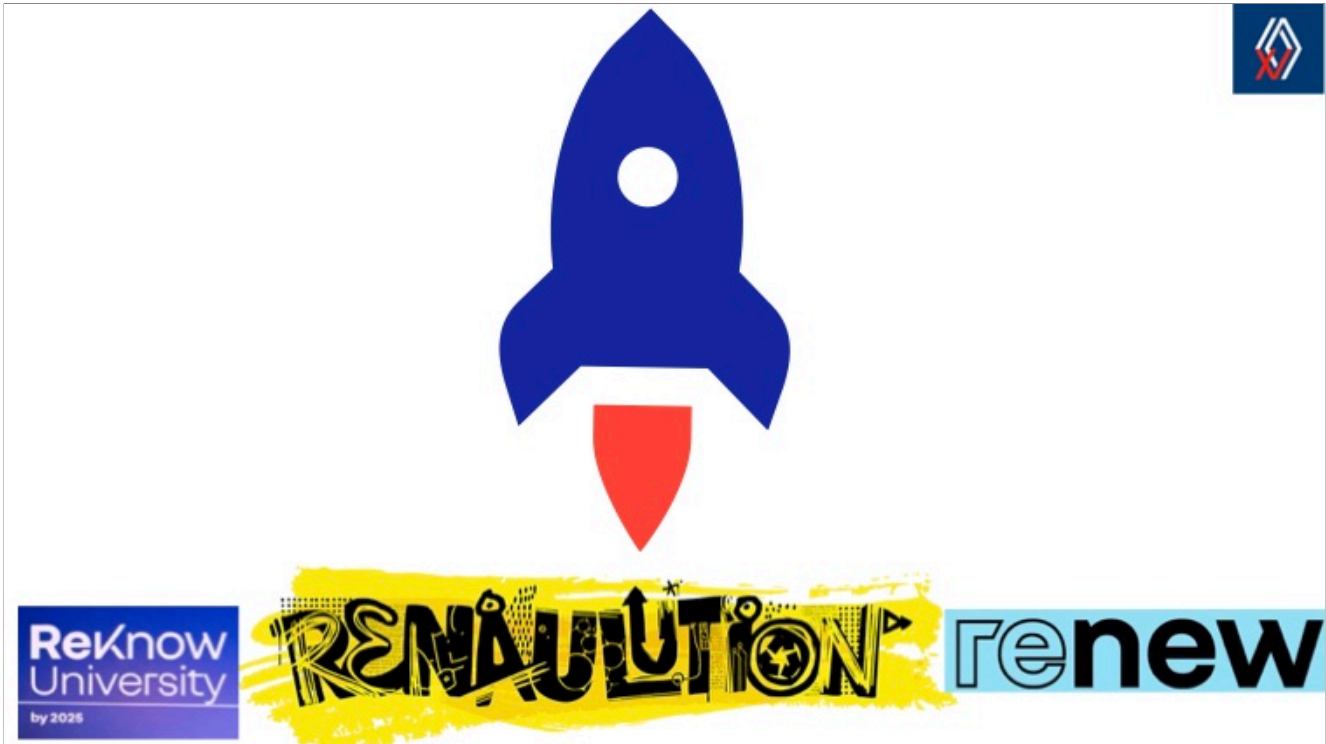


 kratiroff sept 2023





7



8



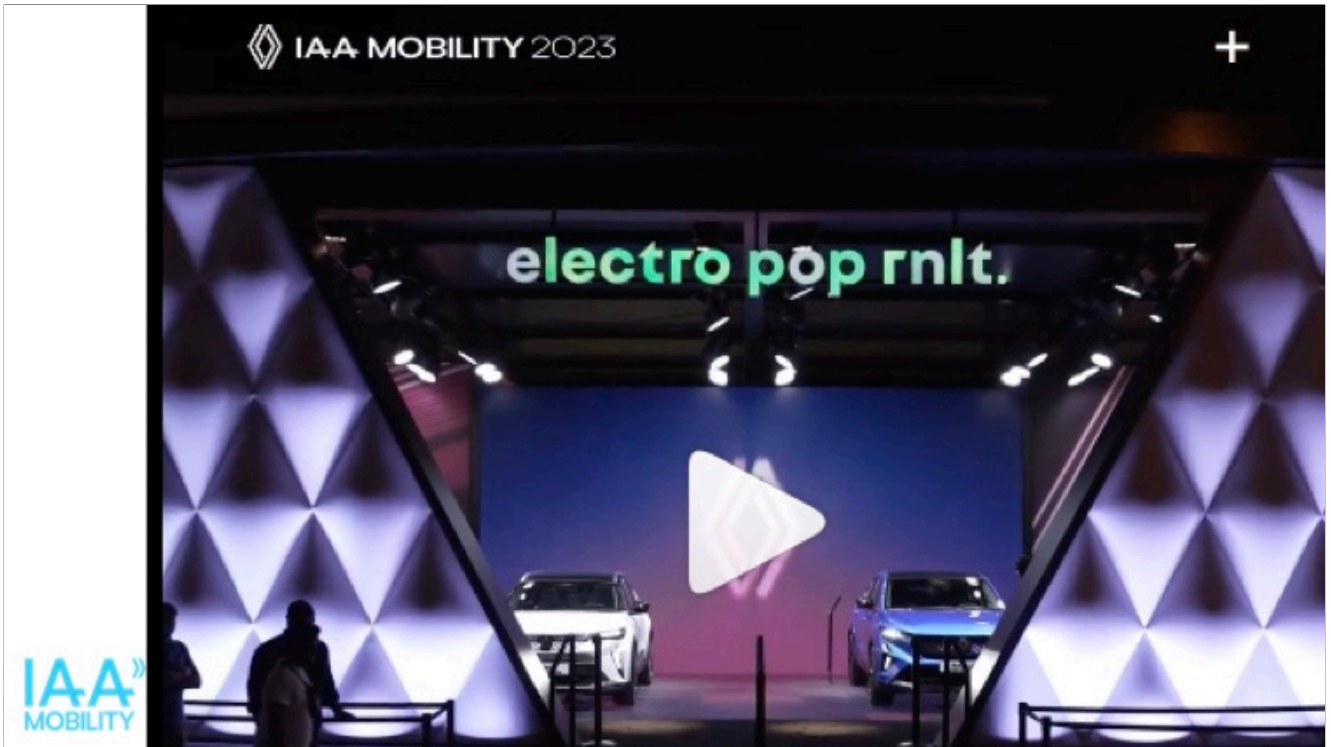
The old way
is getting
old.



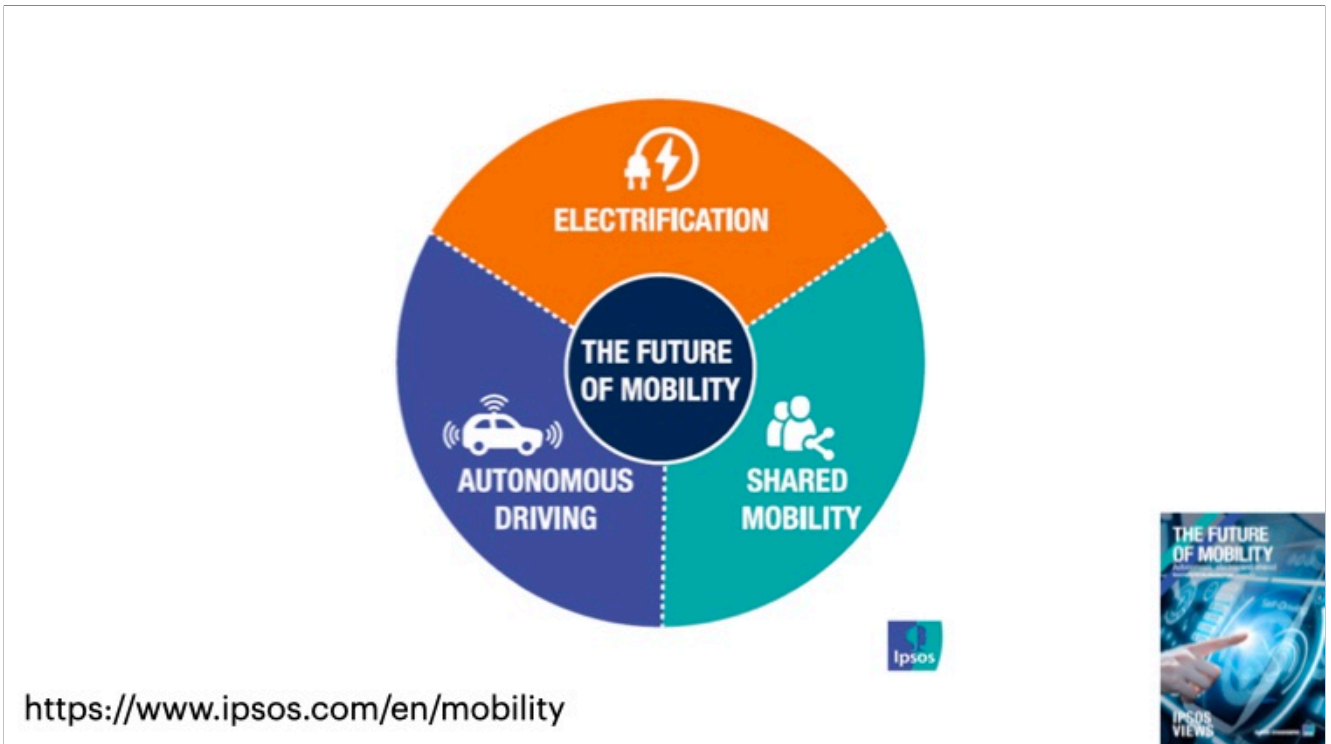
11



12



13



14

technology evangelist

hubert@kratiroff.com



15

full stack marketer



technology evangelist

hubert@kratiroff.com

16

technology evangelist

full stack marketer

CDDO: chief digital/data officer

DPO: Data Protection Officer

professeur d'économie numérique

expert learn marketing, CMI, marcom

everyday writing, coding & programming



 hubert@kratiroff.com

 [@kratiroff](https://twitter.com/kratiroff)

 linkedin.com/in/kratiroff



UX



UX
CX
EX

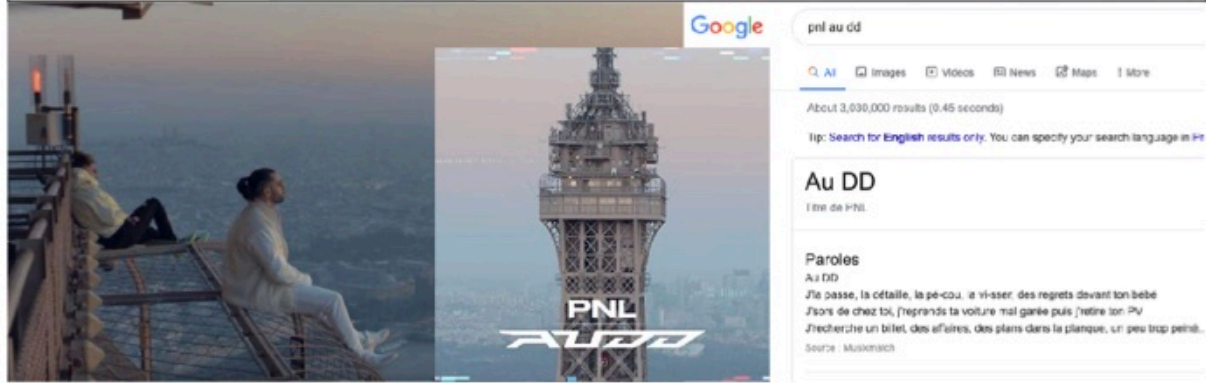
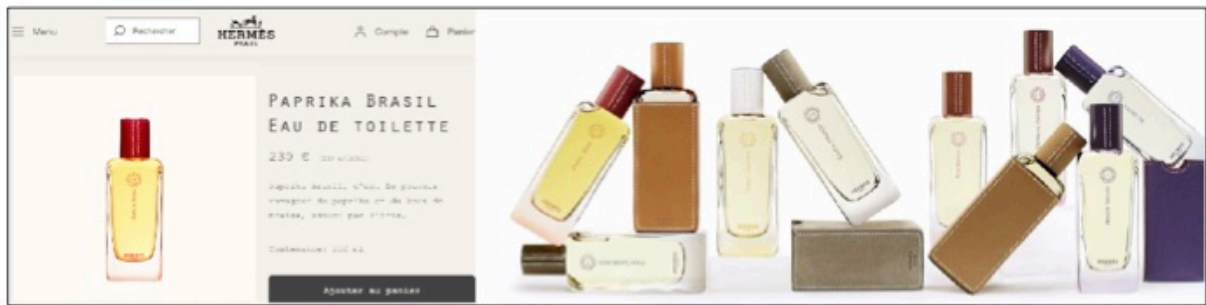
SX

@kratiroff | © 2023

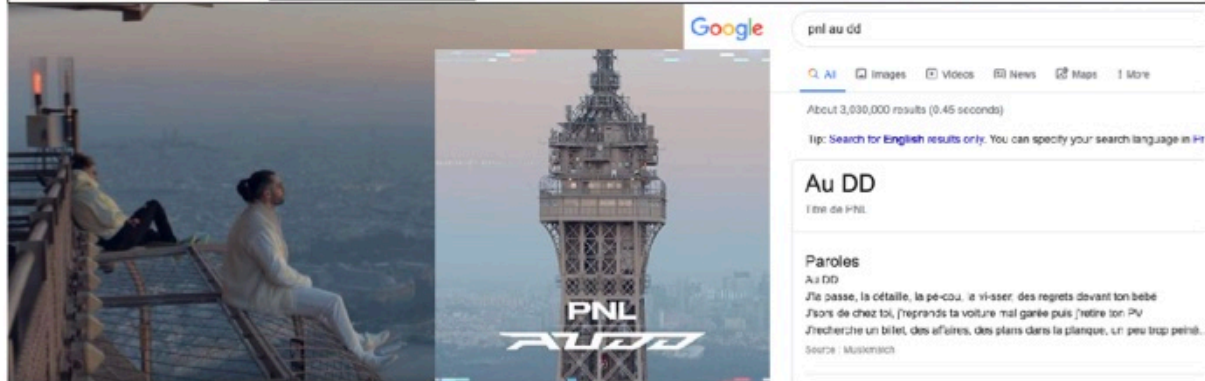
k ∞ Ql x t x At



*Blind
Test*



21



22



ou kratiroff.com (premier lien)

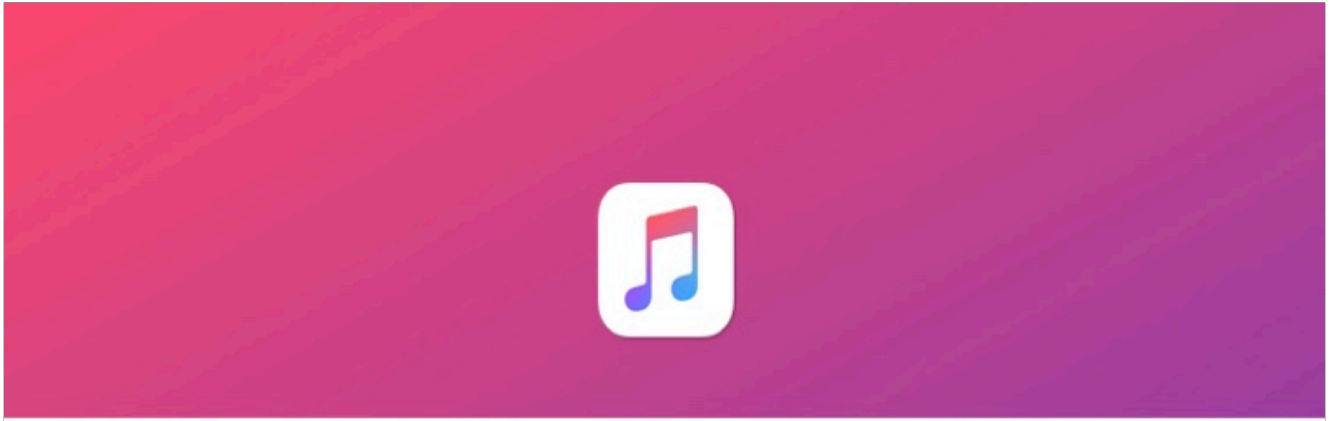


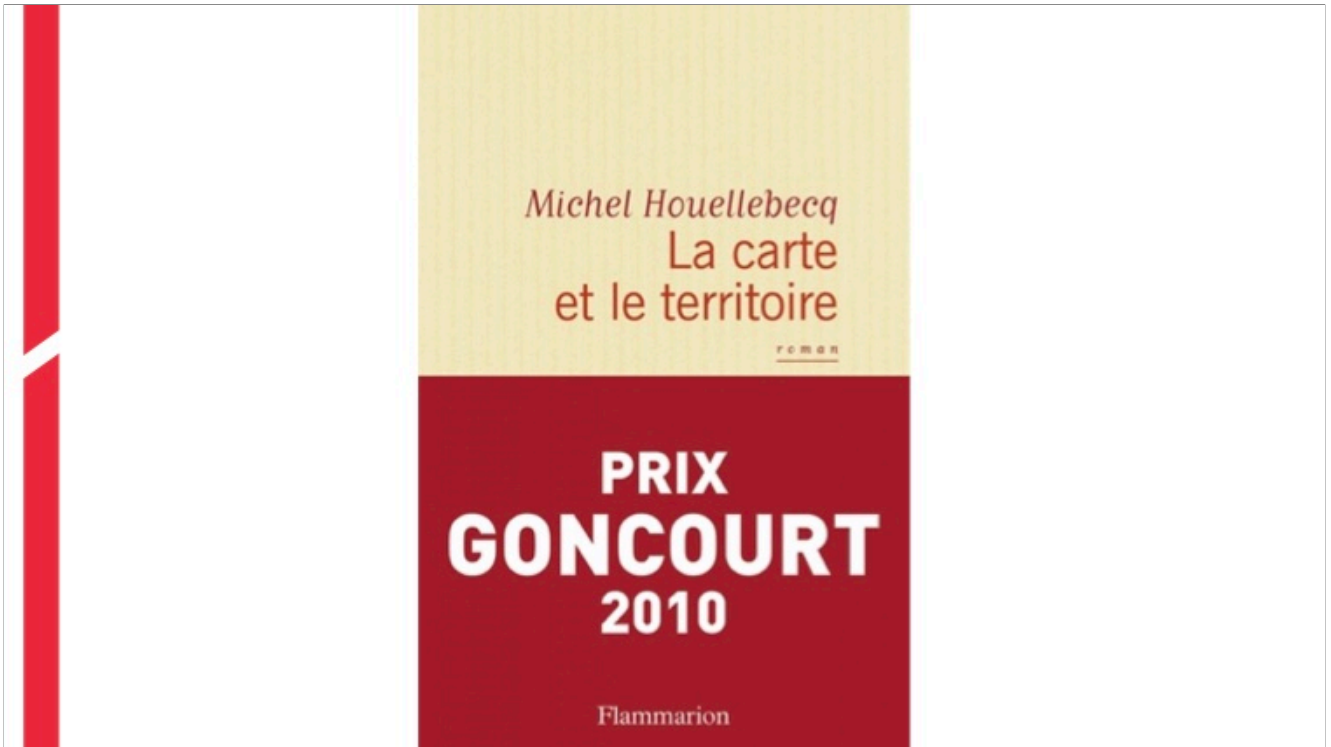


25

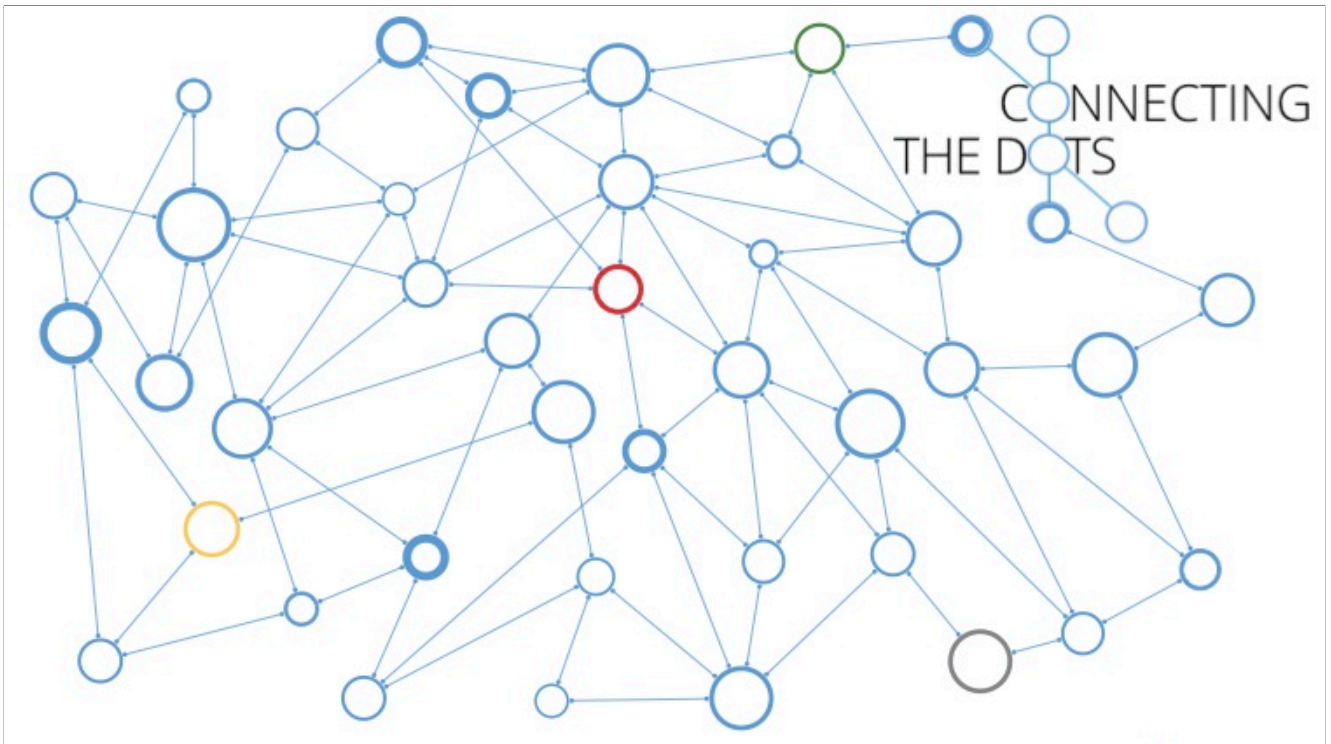


26

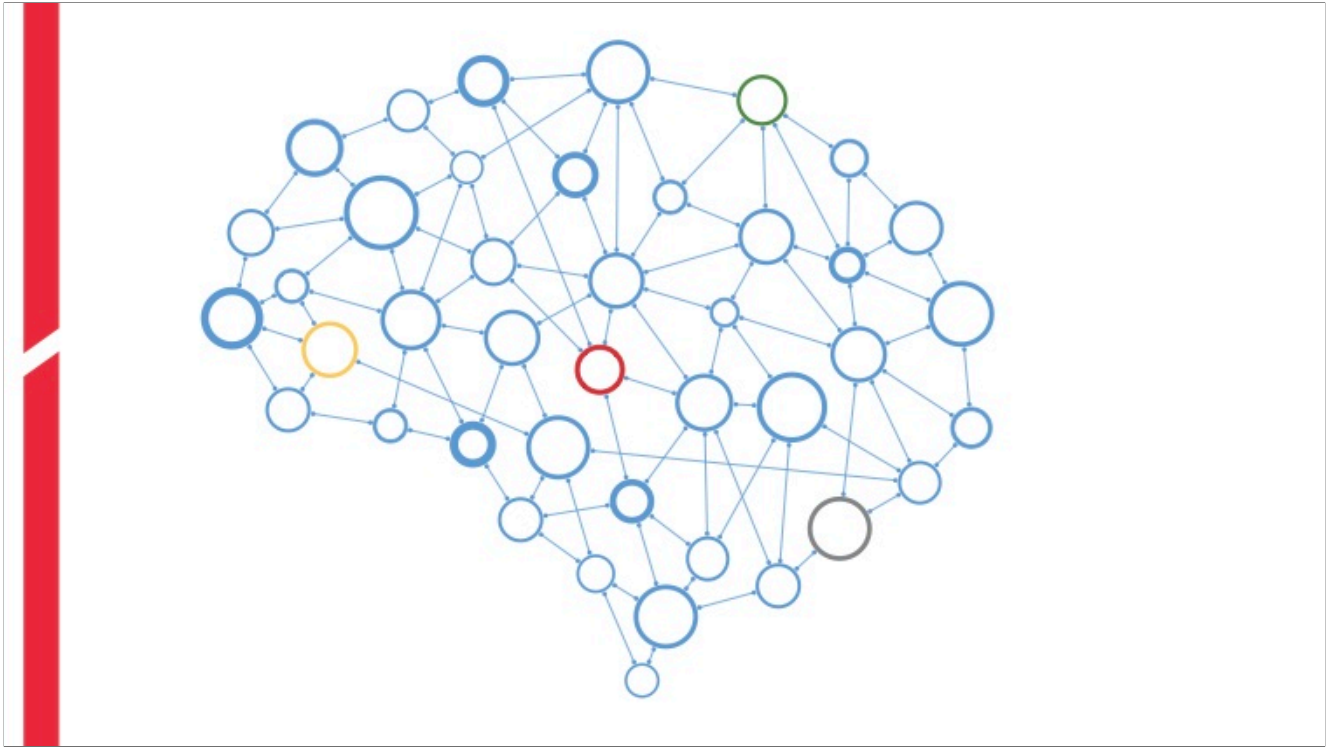


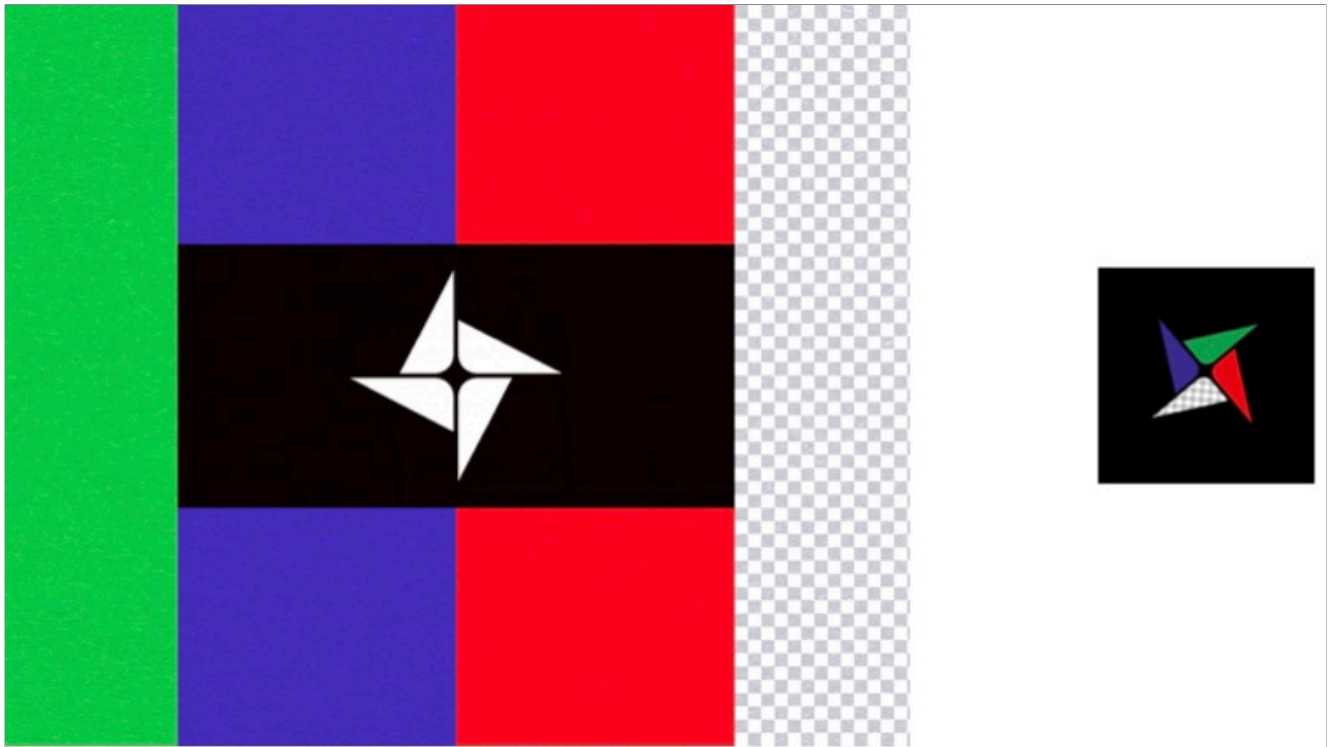


29



30





33

BEST ARTIST

record breaker : To name just a few: her 2018 album Nakamura surpassed 1 billion streams on Spotify, a first for a Francophone female artist. Her third album AYA was downloaded more than 12 million times in just four days on Spotify, becoming the third most listened-to album in the world. To top it off, her music videos accumulated more than 2 billion views on Youtube.

A profile photograph of a woman with long, straight, vibrant blue hair against a bright yellow background.

34

BEST ARTIST

record breaker : To name just a few: her 2018 album Nakamura surpassed 1 billion streams on Spotify, a first for a Francophone female artist. Her third album AYA was downloaded more than 12 million times in just four days on Spotify, becoming the third most listened-to album in the world.

To top it off, her music videos accumulated more than 2 billion views on Youtube.

35



36



37

#DIGITAL transformation

1/ FOE

Future of Economic
Platform

2/ FOW

Future of work
Hybride

3/ FOI

Future of Internet
Web3

4/ FOX

Future of Experience & Marketing
Metaverse

5/ FOM

Future of Management
Agilità hybride



38

#INNOVATION créatrice

1/ FOE

Future of Economic
Plateforme

2/ FOW

Future of work
Hybride

3/ FOI

Future of Internet
W3
BC

4/ FOX

Future of Experience & Marketing
Metaverse

5/ FOM

Future of Management
Agilité hybride



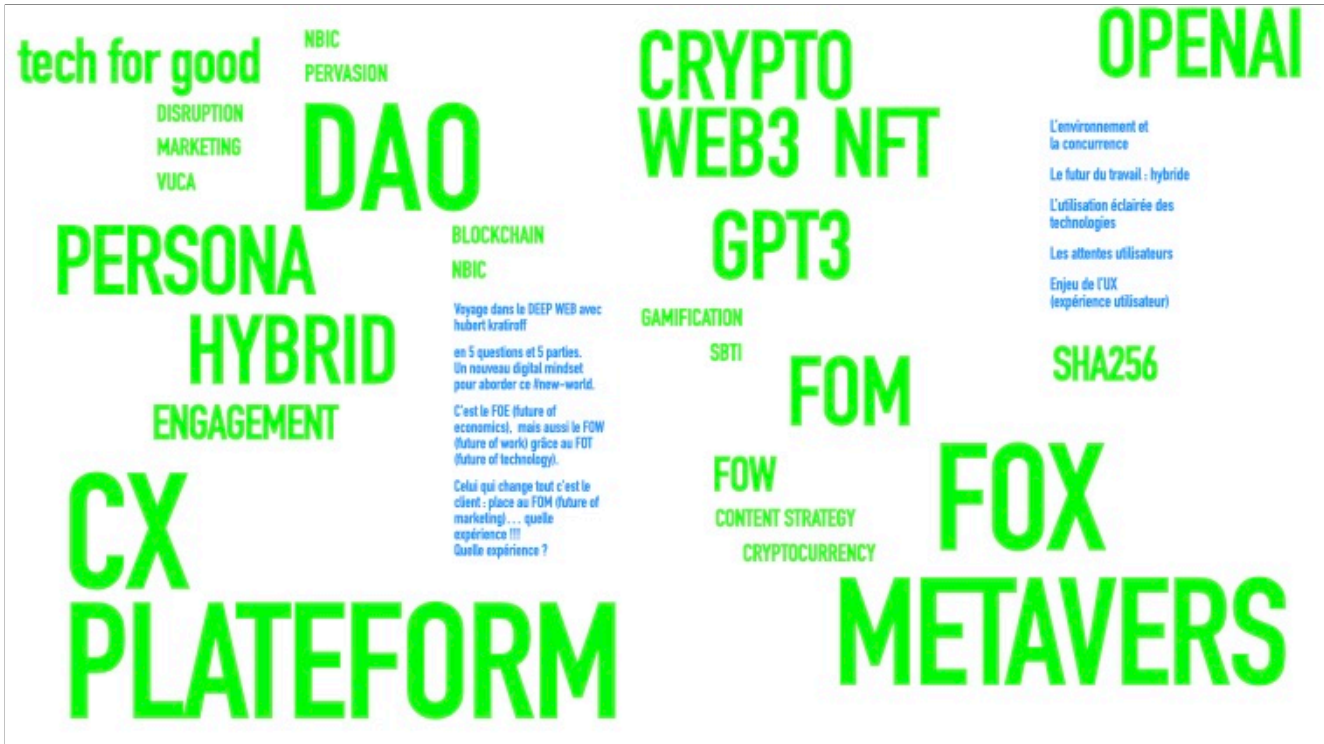
39



Next Big Things In Tech



40



41



42

“

The future is already here
— it's just not very evenly
distributed”



*William Ford Gibson (1948-) cyberspace
noir prophet*

43

“

Le meilleur moment pour planter
un arbre était il y a 20 ans ;
le deuxième meilleur moment
est maintenant”

”

proverbe

44

N INNOVATION W



45

andreesen.
horowitz It's time to build

[Portfolio](#) [Team](#) [Focus Areas](#) [Content](#) [About](#) [Jobs](#)

Understand the Future, Now

Software is eating the world. Future is your guide from a16z to technology, innovation, and where it's all going.

[Go to Future >](#)

Future

Software is eating the world

WEB 1.0 —> 3.0



a16z.com



46

1 2 3

**MARKETER L'INNOVATION
COMMUNIQUER
RENTABILISER**

47

1

**MARKETER
L'INNOVATION**



48

2

**COMMUNIQUER
L'INNOVATION**



49

3

**RENTABILISER
et VENDRE
L'INNOVATION**



50



51



52



Royal Oak

With its steel case, octagonal bezel, "Tapisserie" dial and integrated bracelet, the Royal Oak overturned the prevailing codes in 1972 and took its rightful place as a modern icon.

53



G

54




55

L'école en quelques chiffres.






56




**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
UNIVERSITY OF SOUTHERN FRANCE

En rejoignant Grenoble Ecole de Management, vous faites le choix d'une école réellement engagée. Notre mission et notre raison d'être : apporter des réponses, par la formation et la recherche, aux grands défis de la transition écologique, sociale et économique, et contribuer à un monde plus résilient, plus juste, plus pacifique, plus responsable.

grenoble-em.com

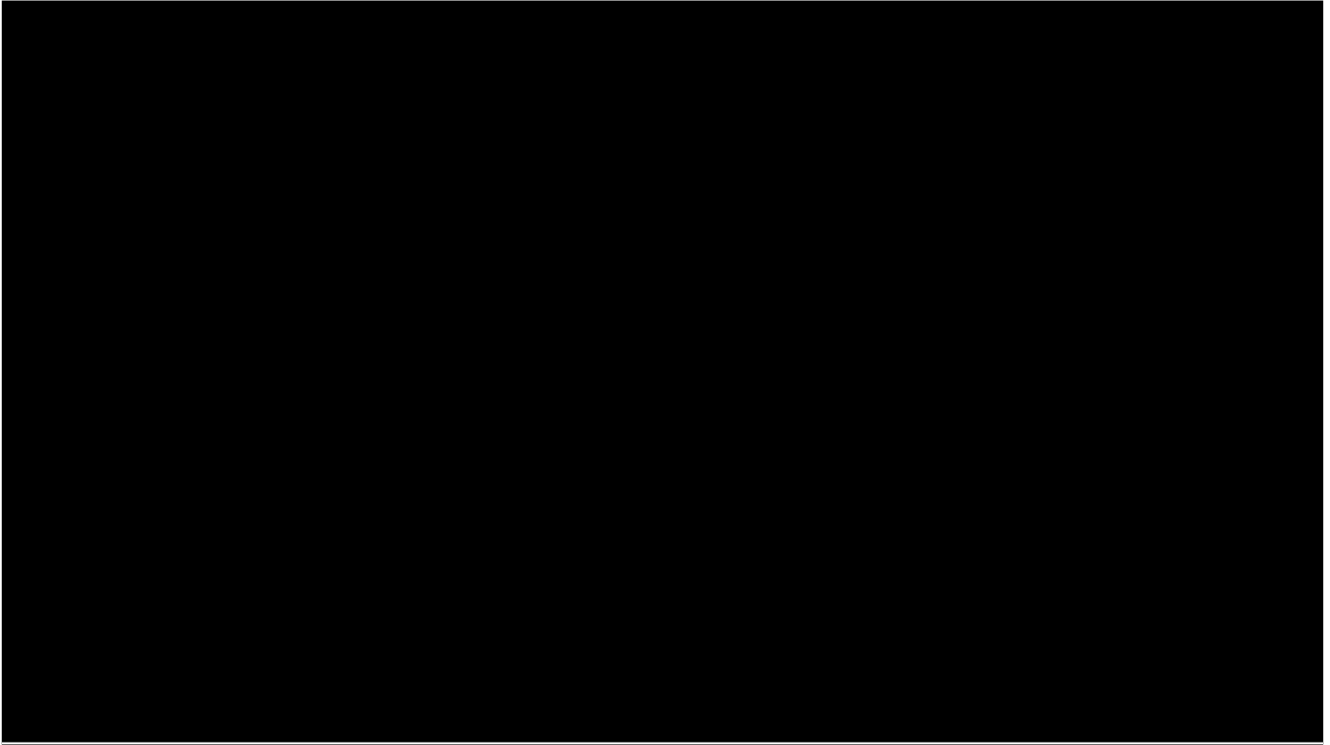
 12 rue Pierre Sézard - 38000 Grenoble
183 avenue Jean Lolive - 93500 Pantin

**Act
Think
Impact**

57

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

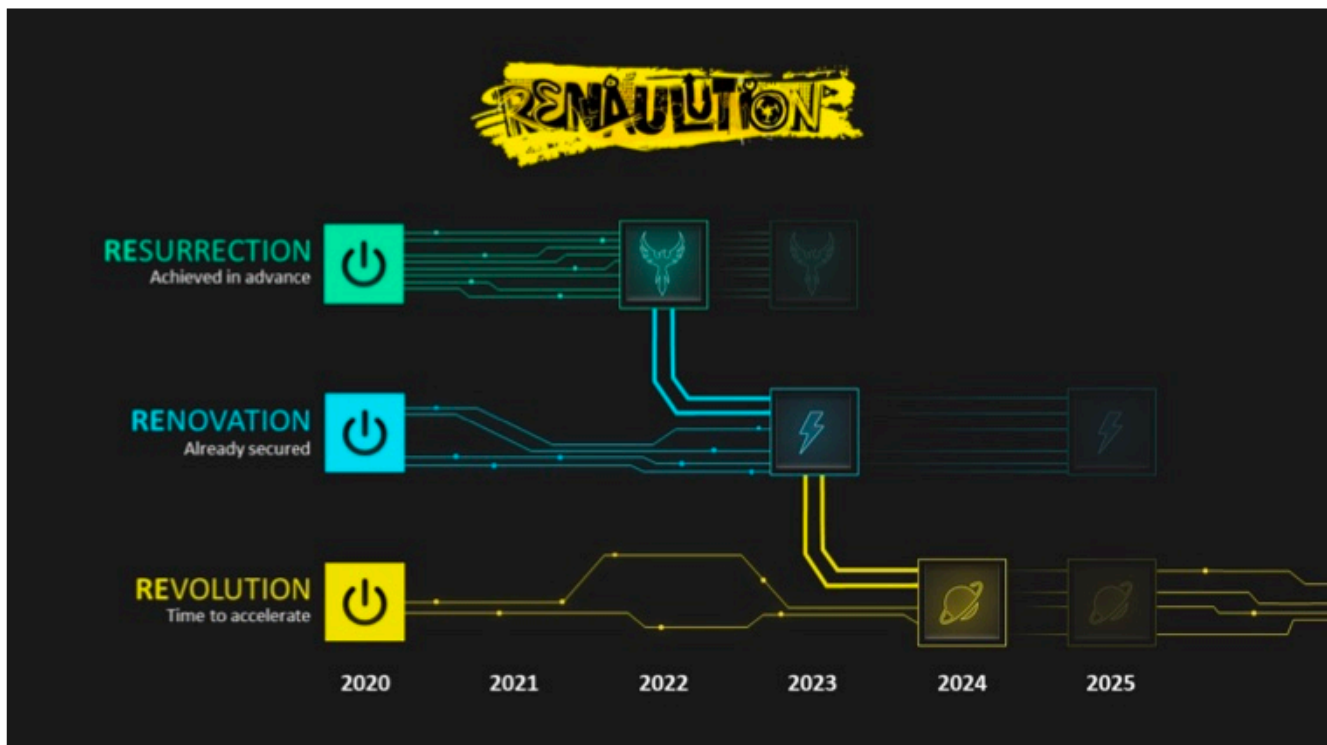
58

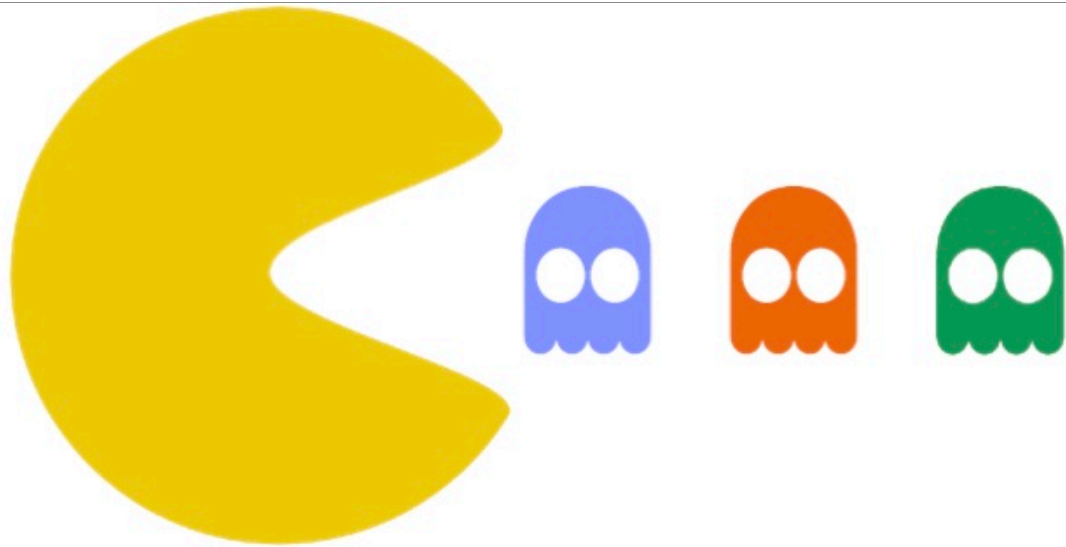


59



60





CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST



Peter Drucker

63

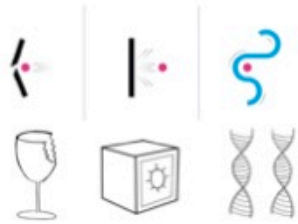
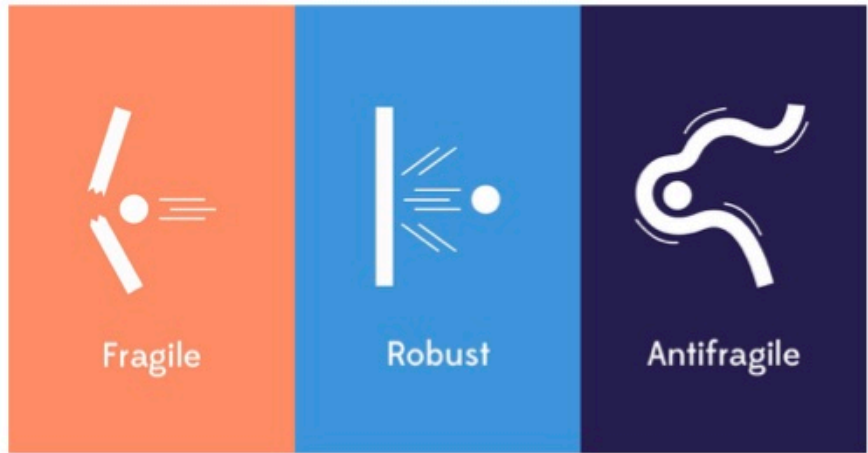
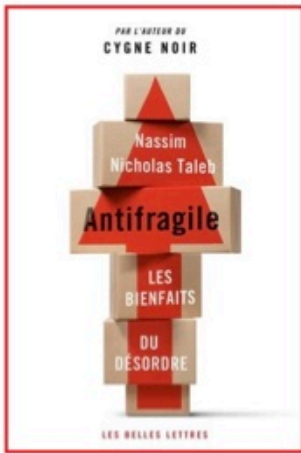
**The
biggest asset
in the world
is your mindset.**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'kratiroff'.

@kratiroff | © 2023



64



65



fragile
sensible, peur du stress



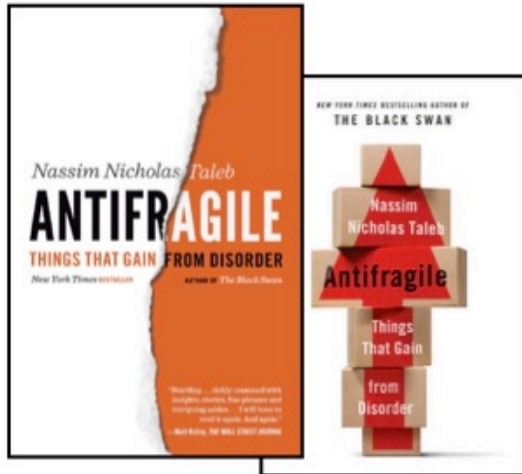
résilient
robuste, puissant, résiste au stress



antifragile
renforcé par l'adaptation au stress

66

KINTSUGI ET ANTIFRAGILITÉ

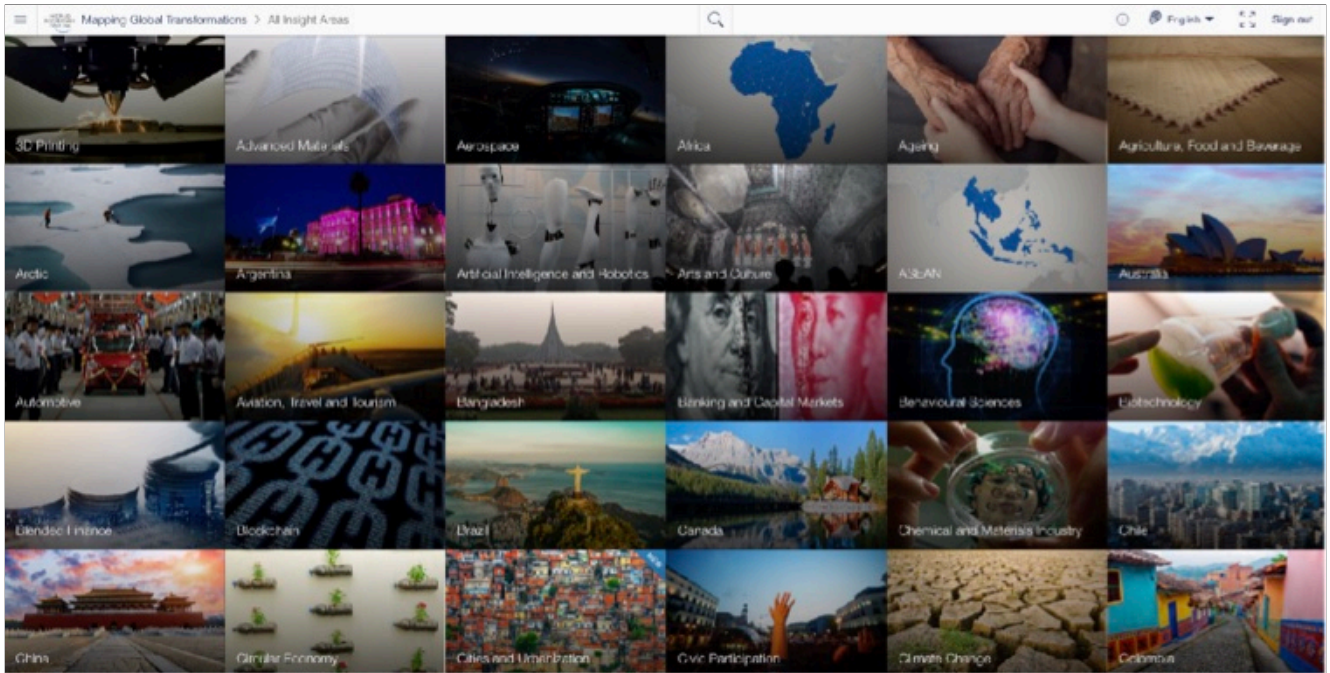


Kintsugi
金継ぎ

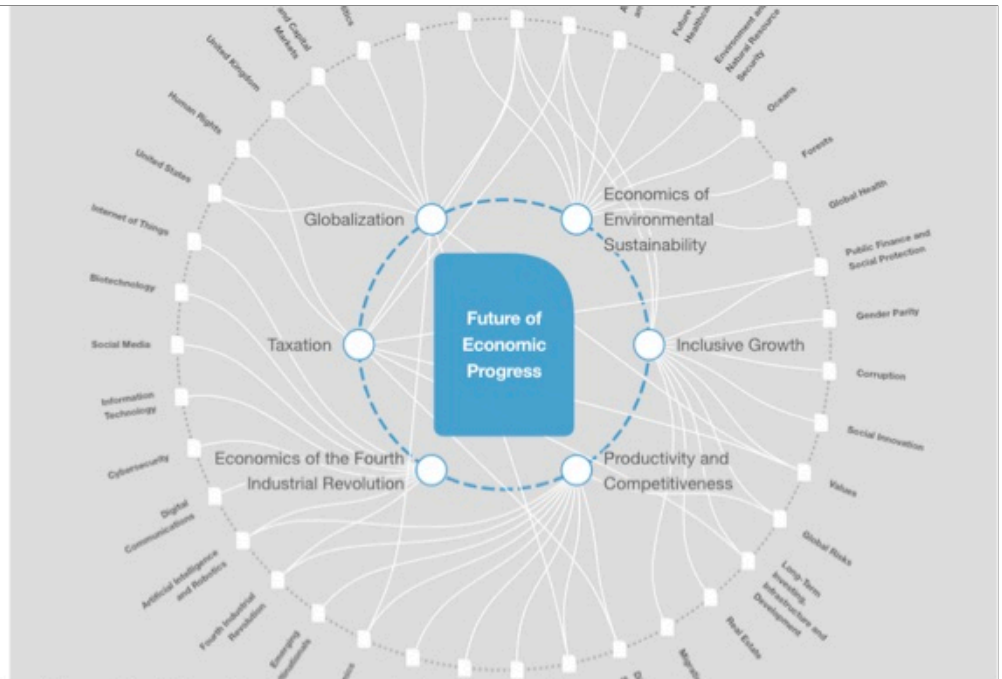
67



68



<https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>
<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb0000001hXcwEAE/explore/summary>



<https://toplink.weforum.org/knowledge/explore/all>
<https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a1Gb0000001hXcwEAE/explore/summary>

WORLD ECONOMIC FORUM Strategic Intelligence Discover Monitor Create

GLOBAL ISSUE
Climate Change
 Curation: Yale University

[Listen to an Overview](#)

The Paris Agreement
 The climate change deal ratified in 2016 provides a global framework for action

The Paris Agreement was negotiated at the annual United Nations climate summit in 2015, and provides a means for participating countries to respond to the environmental, social, and economic effects of climate change. The agreement was a significant milestone because it achieved consensus on the need to limit the rise in global average temperature to well below 2°C above pre-industrial levels. 191 countries ratified the deal and submitted initial pledges.

[Read more](#)

Publications Showing "All Articles"

Videos

Data

- Climate Change and its Impact on Security Provision – The Role of Good Security Sector Governance and Reform**
 Thu, September 23, 2021, 5:53 AM
 Geneva Centre for Security Sector Governance (GCSS)
- With extreme weather events and other disasters on the rise, how well are Americans prepared?**
 Wed, September 22, 2021, 6:59 PM
 Pew Research Center
- What are blue carbon credits and how to maximise their impact**
 Tue, September 21, 2021, 6:20 PM
 World Economic Forum
- Germany: Five Areas for COP and G7 Climate and Development Leadership**
 Tue, September 21, 2021, 4:06 PM
 Center for Global Development

© World Economic Forum
 Licensed for personal use only. Not for reproduction.

71

WORLD ECONOMIC FORUM Strategic Intelligence Discover Monitor Create

GLOBAL ISSUE
Workforce and Employment
 Curation: Technical University of Munich

Summary
 The world of work is changing fast - and mapping out healthy new work models is necessary to channel that change into the creation of stronger labour markets and sufficient safeguards. Job creation was already high on the global agenda before the advent of COVID-19 and resulting economic devastation, as was policy-making that can clearly help both workers and their employers. The most successful approaches will take into account shifting demographics and changing job roles, and will leverage disruption as a means to design workplaces that genuinely serve everyone's

[Read more](#)

Publications Showing "All Articles"

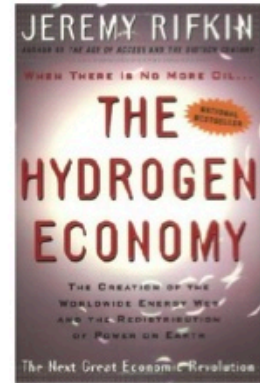
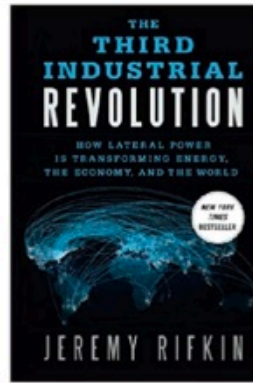
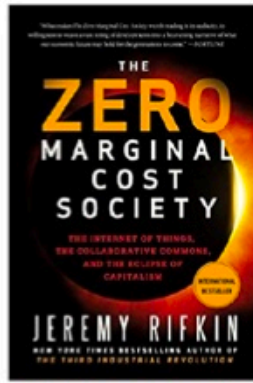
Videos

Data

- Income shouldn't be the only measure of livelihoods**
 Thu, September 23, 2021, 6:15 AM
 India Development Review
- Enemies of the people**
 Thu, September 23, 2021, 2:00 AM
 VoxEU
- El nuevo motor de la valoración de empresas**
 Tue, September 21, 2021, 6:46 PM
 IESE Business School
- The lasting impact of the Covid crisis on economic potential**
 Tue, September 21, 2021, 2:00 AM
 VoxEU
- First Responder Claims for PTSD in Workers' Compensation**
 Mon, September 20, 2021, 10:30 AM
 BNA's Perspectives

© World Economic Forum
 Licensed for personal use only. Not for reproduction.

72





75

Michel
 SERRES

-3000 écriture
 1450 imprimerie/chiffre
 2000 NBIC

Luc
 FERRY

1800 Vapeur
 1900 Électricité
 2000 NBIC

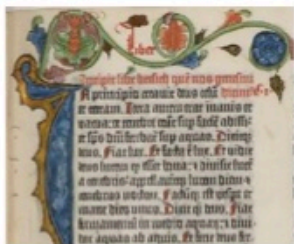


76



G

Gutenberg



**Zuckerberg
Sandberg**



G

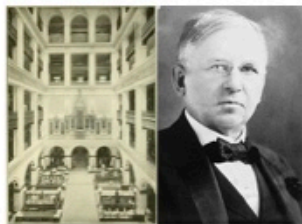


79

**Aristide
Boucicaut**



**John
Wanamaker**



**Jeff
Bezos**



G

80

Révolutions : social économique technologique

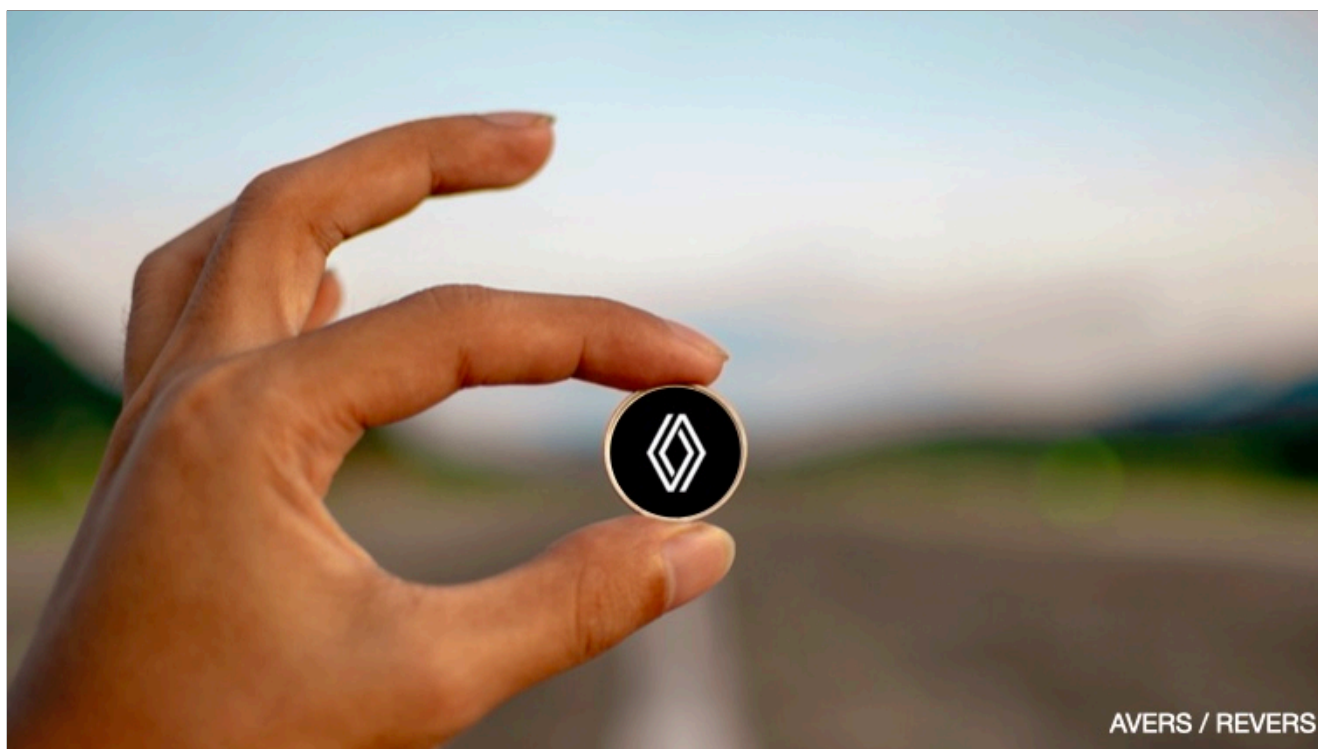


GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT

TECHNOLOGIE & INNOVATION

CD GRENOBLE

81



AVERS / REVERS

82



83

MarketingWeek **RECOMMENDS**

[View online](#)

THIS IS **my** YOUTUBE

Find out what the U.K. loves to watch

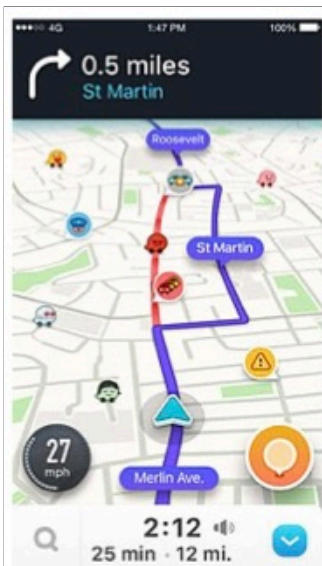
[▶ WATCH THE EPISODE](#)



51% of viewers say they bought a product after seeing it on YouTube.

Understand how your brand can drive more demand and action with video.

84



JEAN-LOUIS
MISSIKA

PIERRE
MUSSEAU

Des
robots dans
la ville

Tallandier
ESSAIS

**COMMENT
LES VOITURES AUTONOMES
VONT CHANGER
NOS VIES**

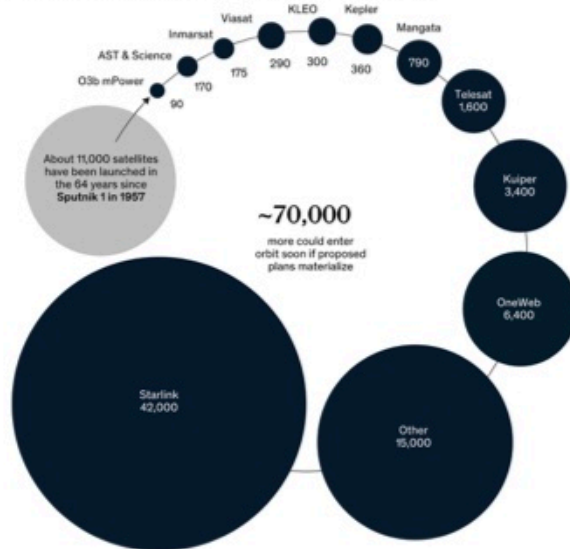
airbnb
la ville ubérisée
ian brossat

A stylized illustration of a multi-story Parisian building with red-tinted windows and balconies. The building is shown from a low angle, emphasizing its height and architectural details.

A screenshot of the Uber Eats mobile application interface. The top bar shows the 'Uber Eats' logo and 'Connexion' on the right. The main banner features the text 'Vos plats préférés, livrés avec Uber' and a search input field with the placeholder 'Saisissez l'adresse de livraison.' and a 'Voir les restaurants' button. Below the banner, it says 'Paris - Livraison de repas' with left and right navigation arrows. At the bottom, there are three promotional cards for food items, including one for Subway with the text 'Dépensez 30 €, économisez 8 €'.

Over 70,000 more satellites could soon enter orbit if plans come to fruition.

Proposed constellation size by group,¹ number (estimated, not exhaustive)



¹Current as of August 2021. These are general estimates. Includes proposed sizes and planned extensions; does not reflect Federal Communications Commission (FCC) approval of constellations. We have not yet analyzed the feasibility of all constellations, and some plans may not come to fruition. Source: Company websites; FCC filings; press search.

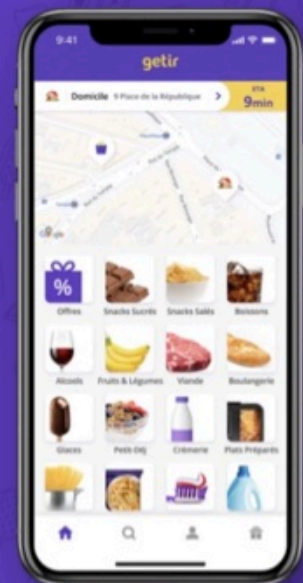
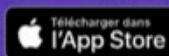


McKinsey & Company



Vos courses livrées en quelques minutes

De la salade verte à la bière bien fraîche, faites-vous livrer les produits dont vous avez besoin (et ceux dont vous avez envie) en quasi 10 minutes. Bonne nouvelle: nous livrons désormais à Paris et sommes en plein développement dans toute la ville!



The image shows two digital marketing assets. On the left is the Instacart website, featuring the Instacart logo, a shopping cart icon, and a headline: "Are you looking for a full-time or part-time job in San Francisco?". Below this, it lists popular stores near San Francisco: Andronico's Community Markets, Bi-Rite Market, Costco, CVS Pharmacy, Falletti Foods, and Gus's Community Market. A section titled "Why become an Instacart Shopper?" lists benefits like earning extra money and flexible work hours. On the right is the Gorillas app landing page, which features a hand holding a smartphone displaying the app, the headline "GROCERIES AT RETAIL PRICES. DELIVERED IN ONLY 10 MINUTES", and a "BECOME A RIDER" button.

89

The image is a movie poster for "The Social Dilemma". The background is a dark blue field filled with white binary code (0s and 1s). In the center, the title "the social dilemma" is written in a large, bold, white sans-serif font. Above the title, the Sundance Film Festival logo is visible, including the text "OFFICIAL SELECTION 2020" and "sundance film festival". A horizontal rainbow-colored light streak is positioned to the left of the title.

90

**PROPAGANDE,
LES NOUVEAUX
MANIPULATEURS**

arte

**PROPAGANDE
LES NOUVEAUX
MANIPULATEURS**

arte

91

**TRUTH
SOCIAL**

FOLLOW THE TRUTH

TRUTH Social is America's "Big Tent" social media platform that encourages an open, free, and honest global conversation without discriminating against political ideology.

Pre-order on the
App Store

Join the Waiting List!

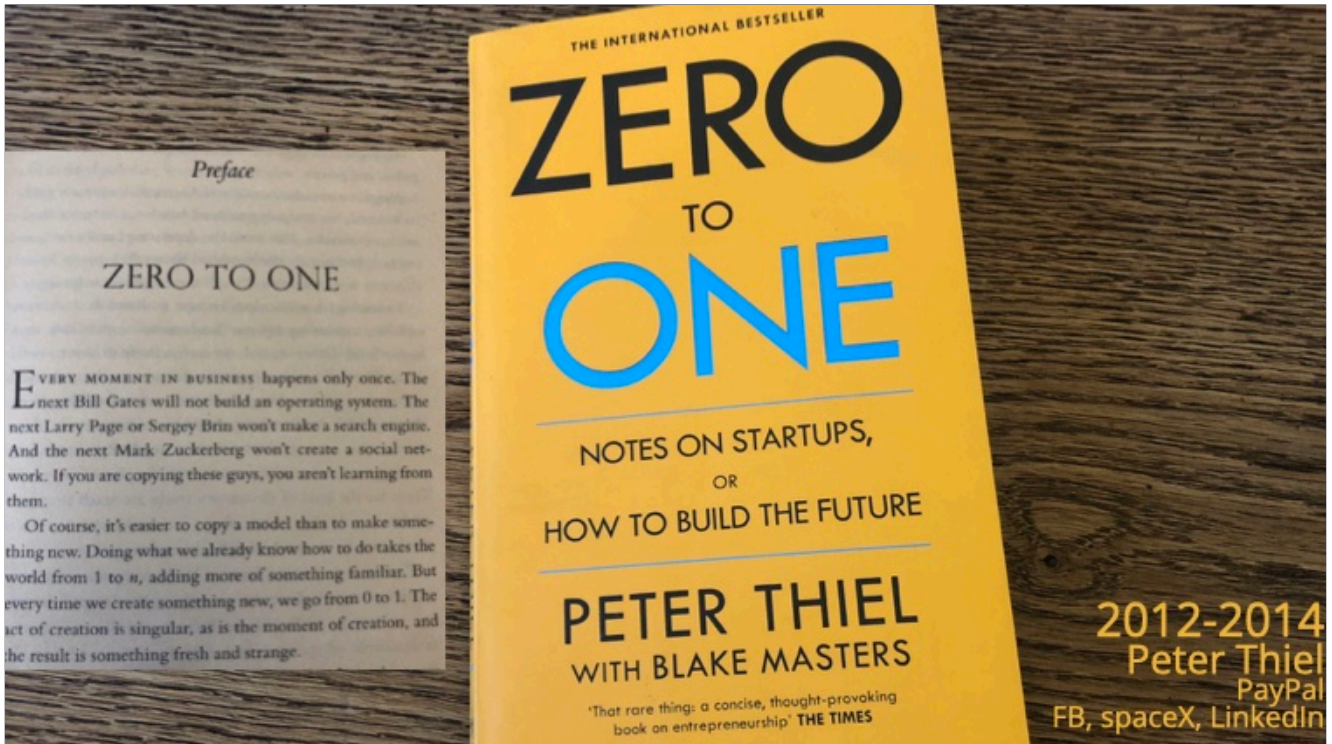
First Name Last Name

Email address

I agree to TRUTH Social's [Terms of Service & Privacy Policy](#). I also agree to receive emails from TRUTH Social and understand that I may opt out of TRUTH Social's subscription at any time.

Sign up

92



93

Les **3** étapes de toute
Innovation / rupture / revolution

- 1** Utopiste / étrange / ridicule
- 2** Impossible / dangereux
- 3** Évident / simple

Thiel / Aberkane

94

Ridicule

Dangereux

Évident

(délai)

(délai)

6

95

“
**TOUT CE QUI
EST ATTEINT
EST DÉTRUIT**”

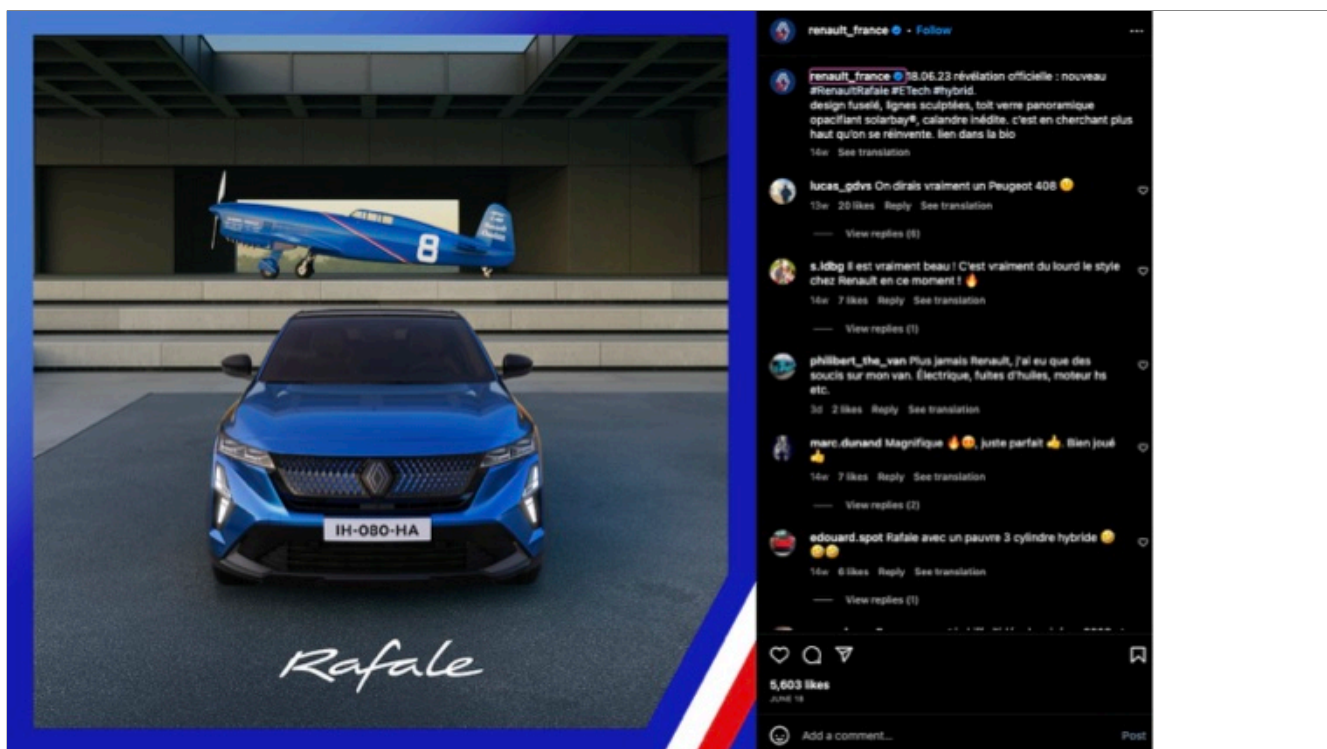


Henry de Montherlant (1895 - 1972)

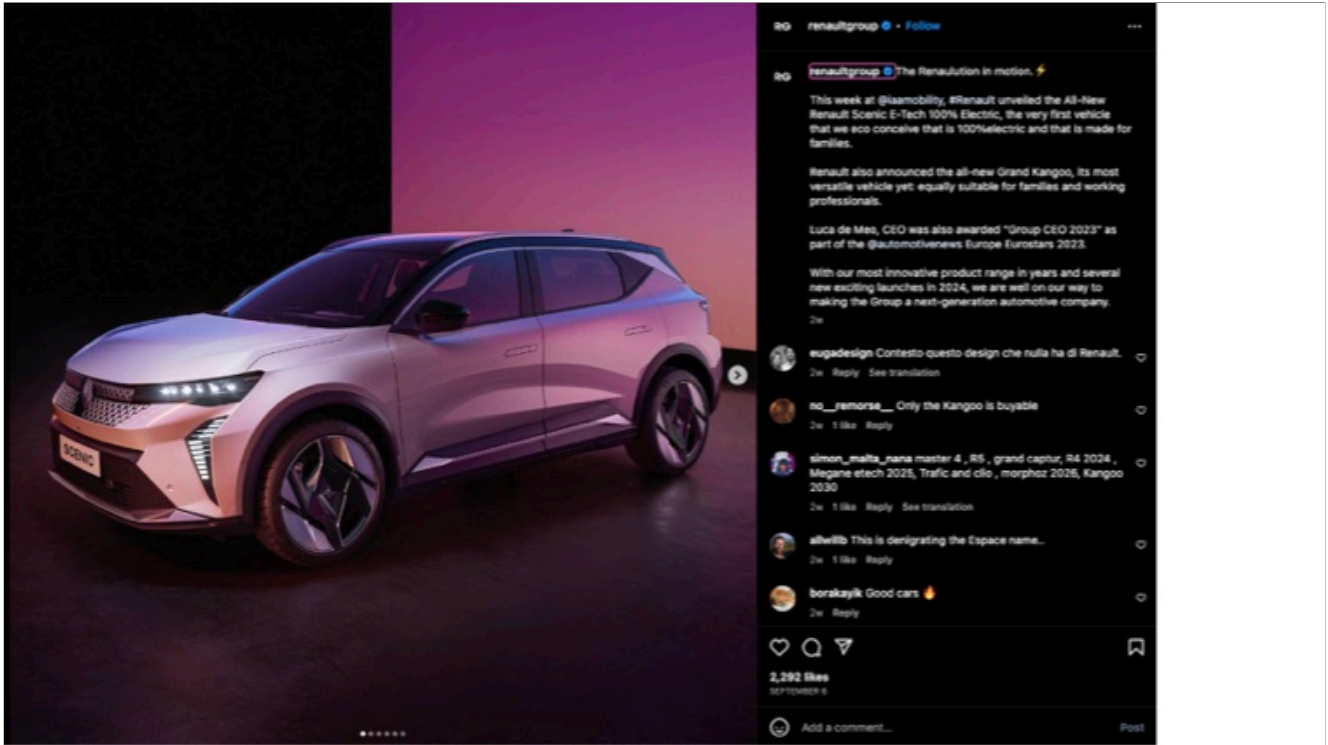
96



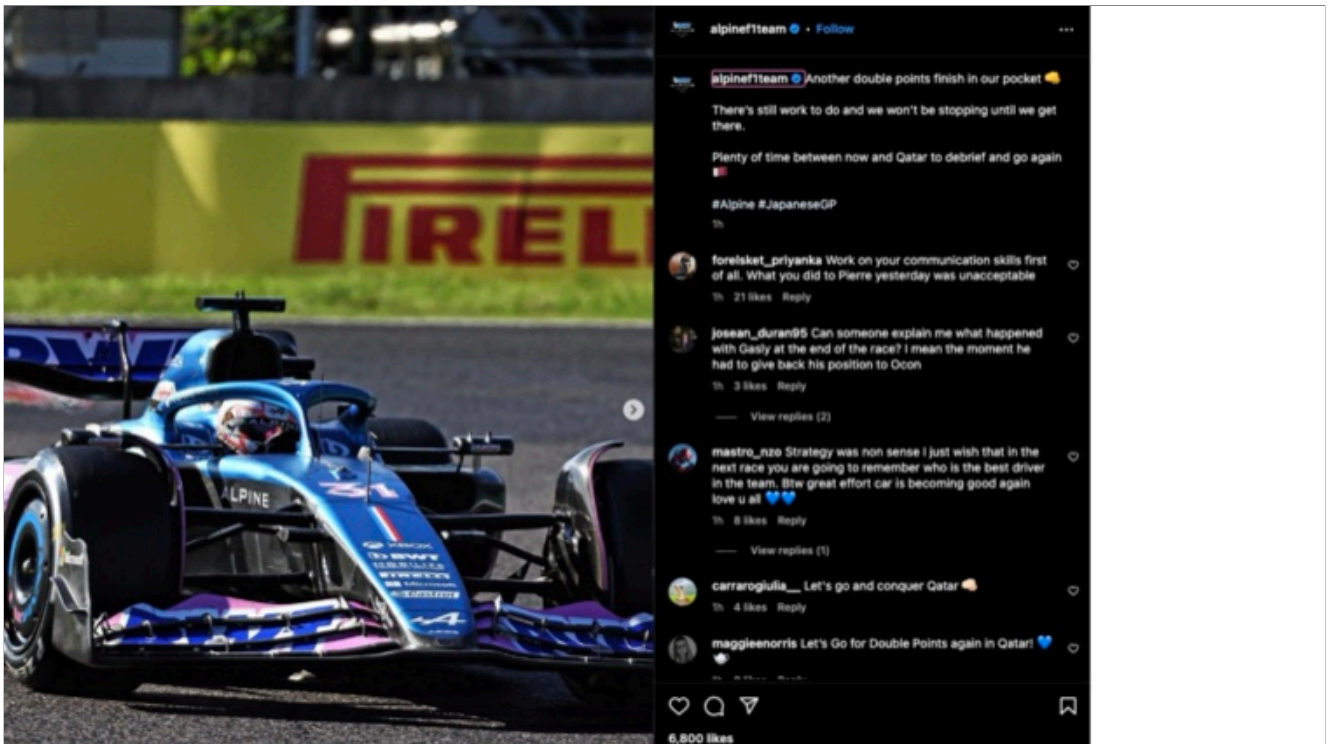
97



98



99



100



103

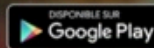
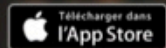



104

Paielement invisible

Lyf Pay : Le paiement d'aujourd'hui

Gratuite et sécurisée, téléchargez Lyf Pay pour simplifier vos paiements en magasin, en festival, entre amis ...



 Voir la vidéo



105

*Buy less,
choose well,
make it last.*

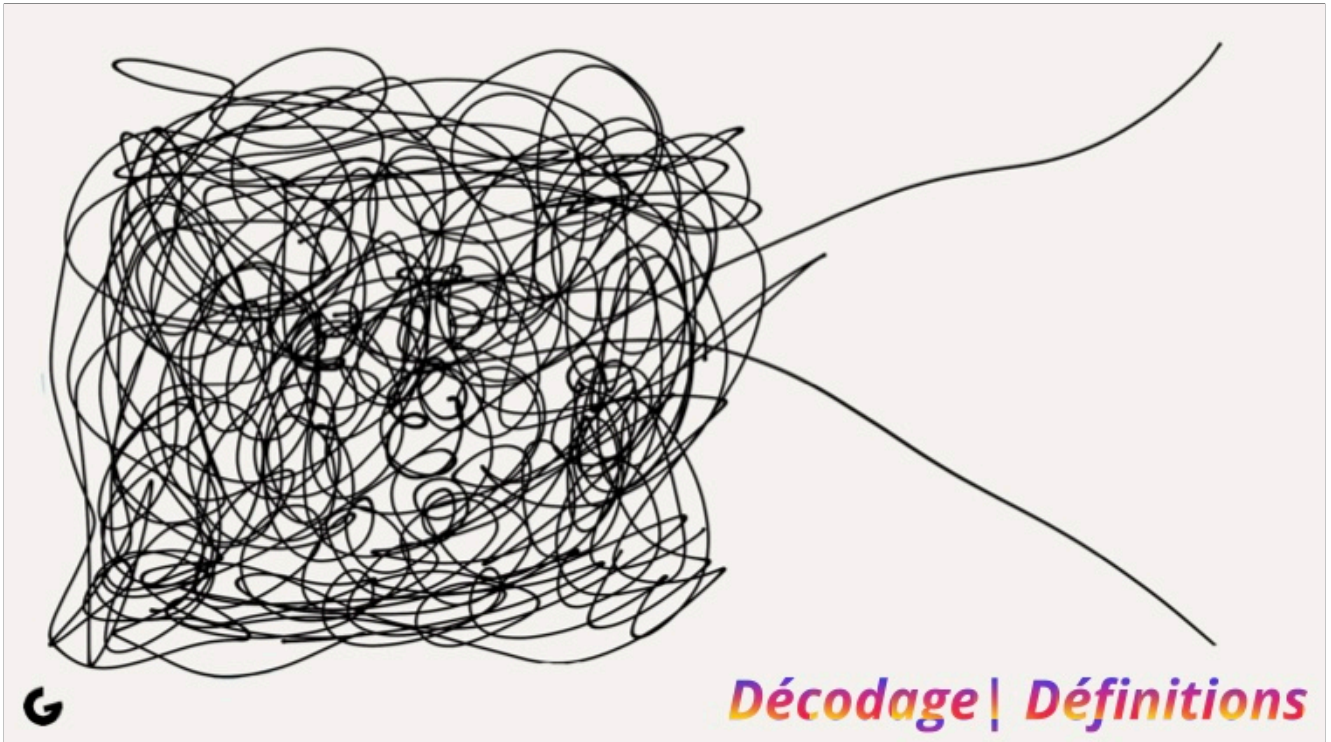
—
VIVIENNE WESTWOOD



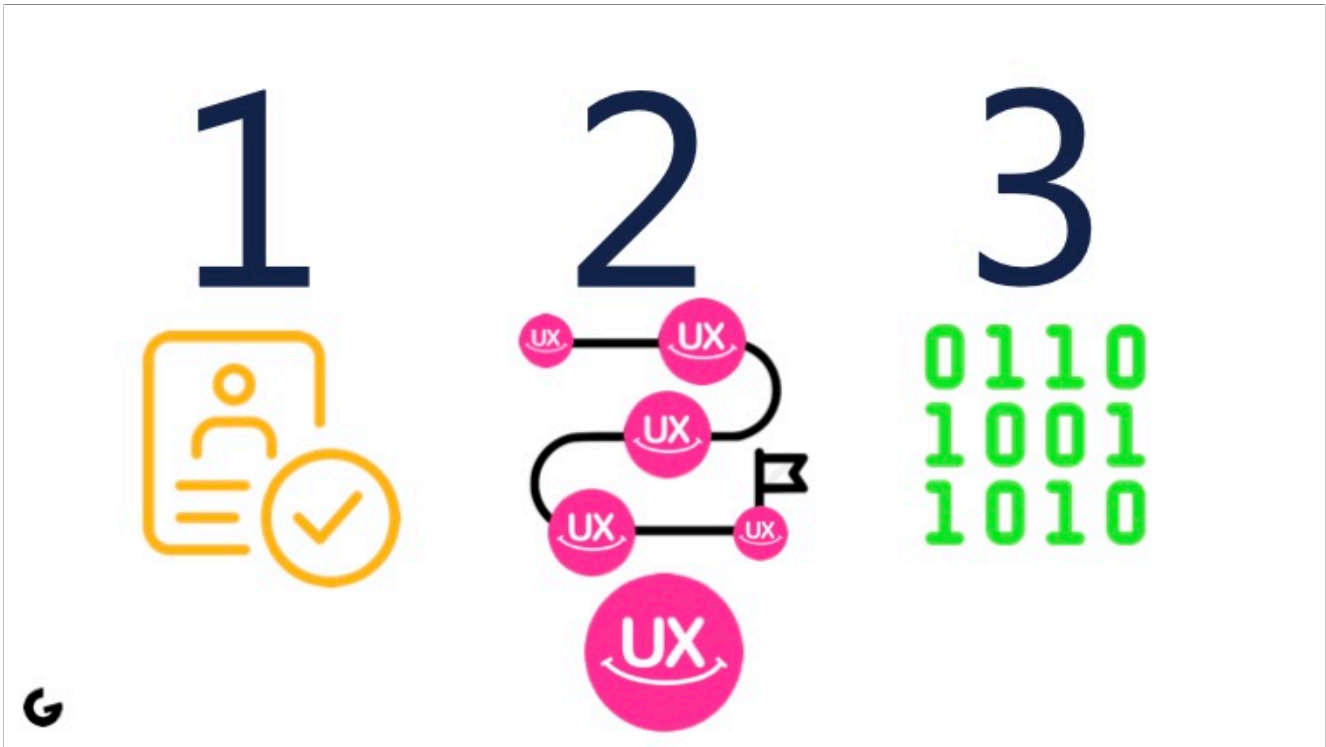
106



107



108



<h1>1</h1>  <p>customer obsession user centric besoin utilisateur pain point / problème collaborateur manager / équipe cible / segment GEN BXYZα proposition de valeur cas d'usage</p>	<h1>2</h1>  <p>parcours / UX Journey point de contact touchpoint publicité / SAV téléphone conversation sans couture sans défaut sans friction différentiation offre pain killer candy vitamine</p>	<h1>3</h1>  <p>DATA IOT Connexion 4G WiFi BLE capteur tacking, tracing IOB NPS MCA IA ML DataLake 5V</p>
---	---	---

1 

2 

3 

Le WEB sans cookie, nous oblige à reconnaître nos utilisateurs (embasement)

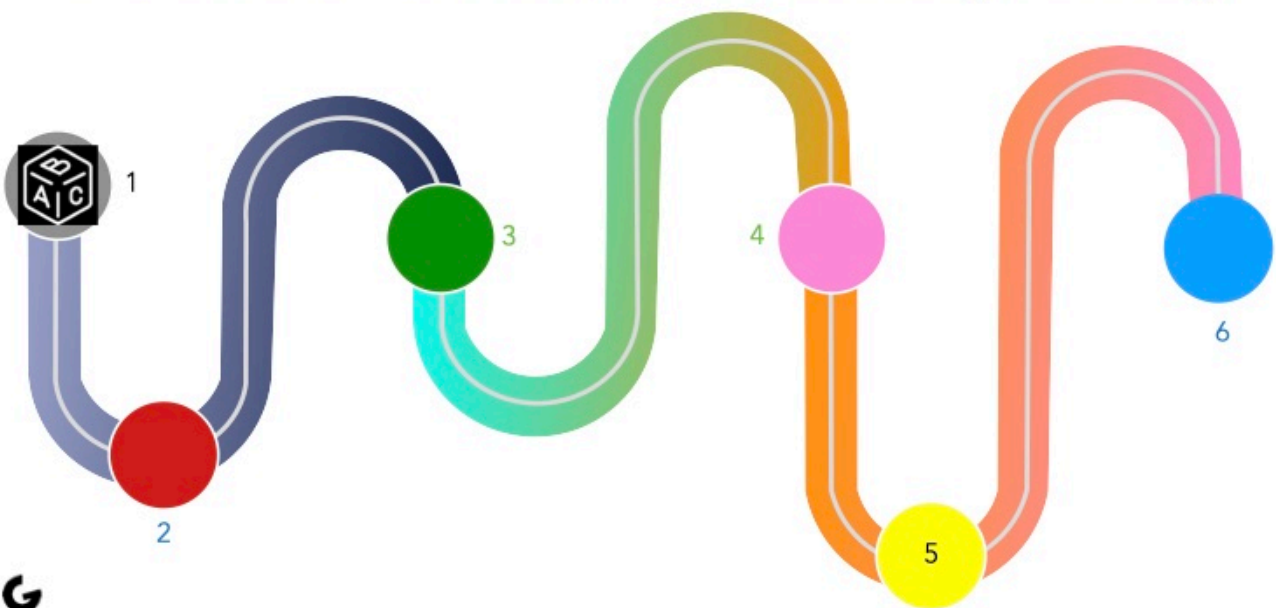
...
ou à les perdre !



Digital = Data

111

Parcours Client / customer journey



112

UX > CX

**nombre
plus de user que de client**



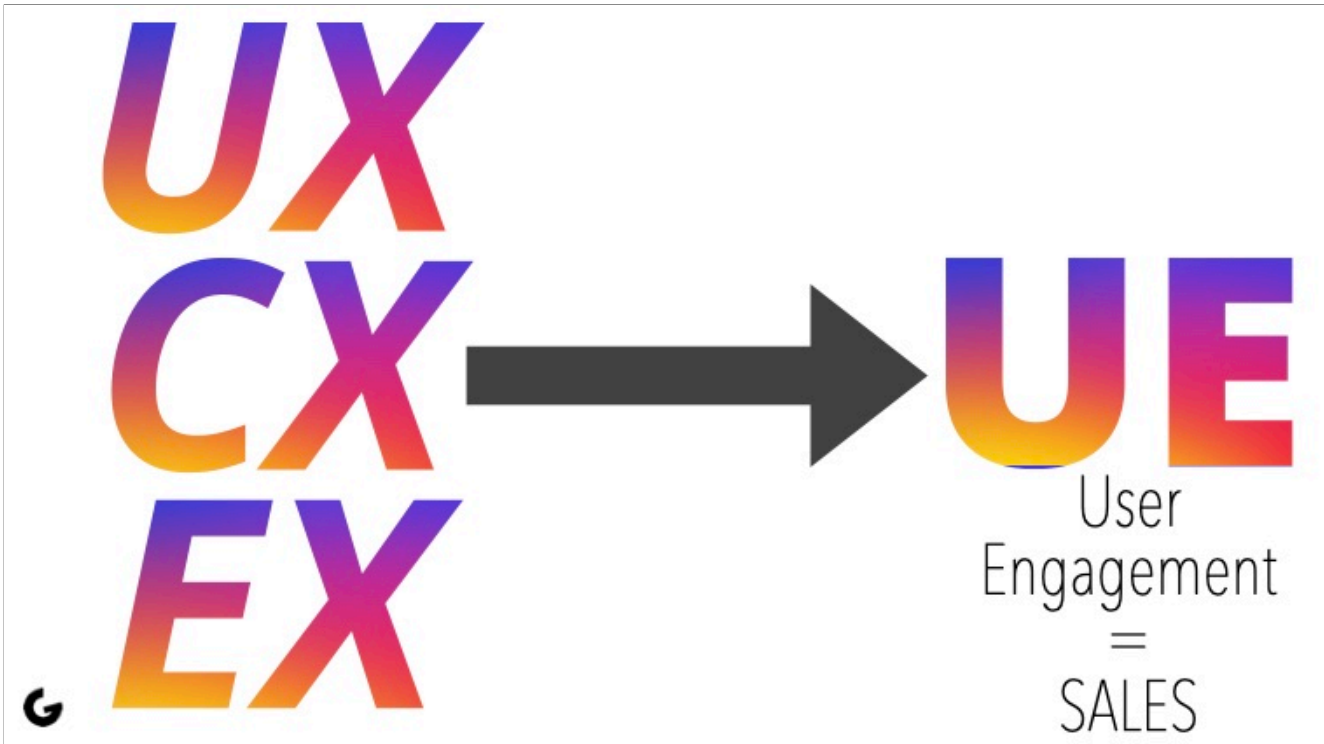
113

CX > UX

**qualité
plus de contact avec les clients**



114



115

Festival of Marketing
23 - 25 March 2022

Attend Agenda Delegate Pack About Partner BUY A PASS

DX 2022 SUMMIT

Wednesday 23 March, 1pm - 5:30pm

Exploring how to accelerate and innovate digital experiences to meet customer and employee demand

It goes without saying that the past two years have led to digital acceleration in business that has never been seen before as consumers' expectations around experience has massively shifted. The challenge for business leaders is to ensure they can meet and exceed these expectations.

To best serve their customers, businesses need to know and understand them and their employees, requiring the ability to contextualise massive amounts of data and integrate that intelligence across the company. By looking at the customer journey in its entirety and uncovering how their employees and other enablement layers in the organisation contribute to this experience is key.

What will you gain from attending the DX Summit?

- Leading-edge insight**
Hear from top business leaders from some of the biggest and most progressive brands as they offer insight into how they are tackling the challenges and opportunities of digital experiences head-on.
- How to build better experiences**
Learn how businesses are creating end-to-end experiences for their customers and workforce that are convenient, personalised and seamless, working across various touchpoints and channels.
- Innovative thinking**
Learn how to gain insight from your data to shape meaningful experiences and navigate complex customer and employee journeys.

116



1 **Un utilisateur a des attentes** (client b2b, b2c, interne, business partner, stakeholder, shareholder)



2 **lorsqu'il rencontre la marque dans un parcours enchanté** (points de contact, touchpoints, pas de friction, pas de couture, pas de défaut, fluide, simple, frictionless, steamless, flawless)



3 **il laisse des traces de son passage sous forme de données** (connexion, tracking, tracing...)



“

ATTENTION

=

MONEY

”

g

119

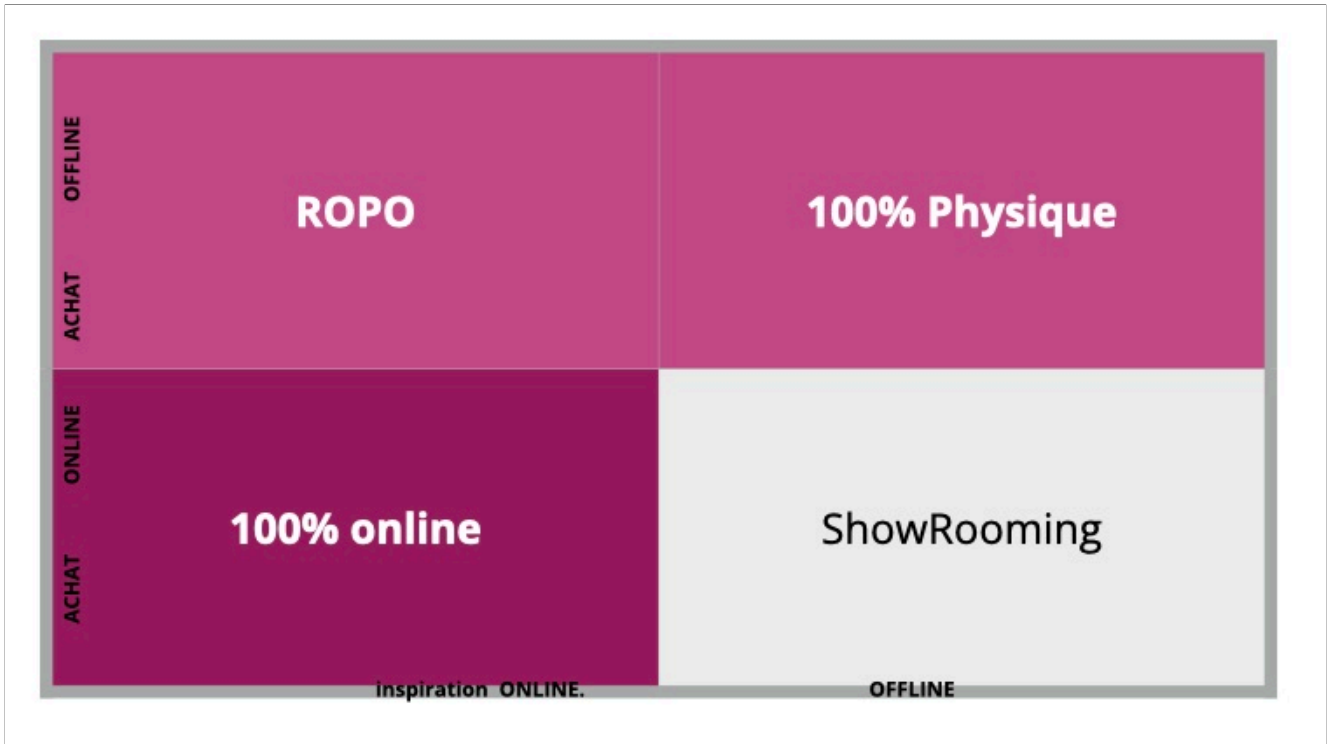
ROPO

ROBO

Research Online Purchase Offline

≠ showrooming

120



multi
cross
omni



123

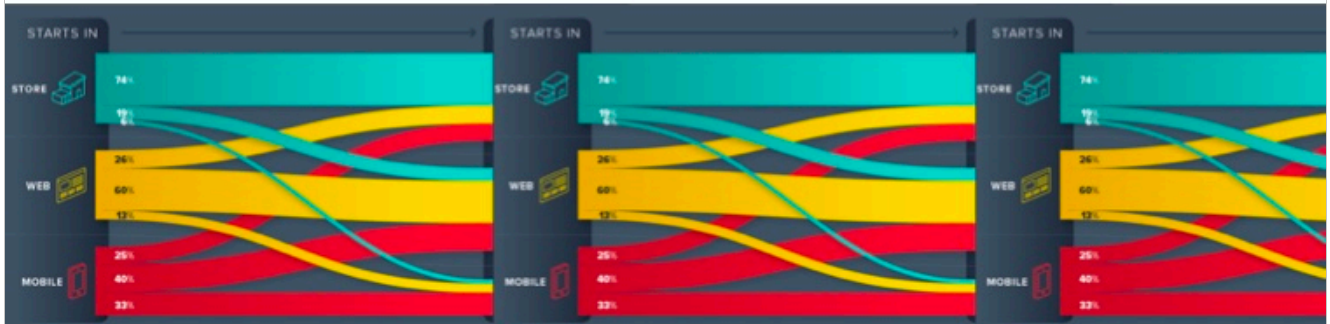
CUSTOMER JOURNEY ANALYTICS

Where does the customer journey end?
Depends on where it begins.



124

OMNISCANAL



125

workshop



hubertkratiroff

06 80 43 29 05

hubert@kratiroff.com
linkedin.com/in/kratiroff
@kratiroff

126



127



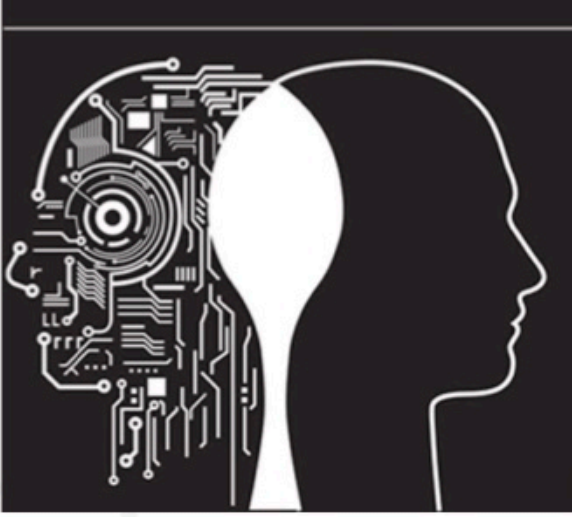
128

Ada Lovelace
Turing
Vin Cerf
Tim Berners-Lee
Metcalfe
Moore
Rifkin


129

Code
Test de Turing
TCP/IP
http
network
scaling
3IR

130




Turing test



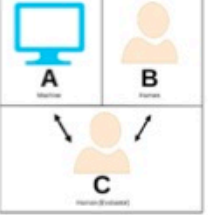
Turing test

During the Turing test, the human questioner asks a series of questions to both respondents. After the specified time, the questioner tries to decide which response is operated by the human respondent and which one is operated by the computer.

QUESTIONER ANSWERER (HUMAN)



Computer respondent Human respondent Questioner



A **B**


C

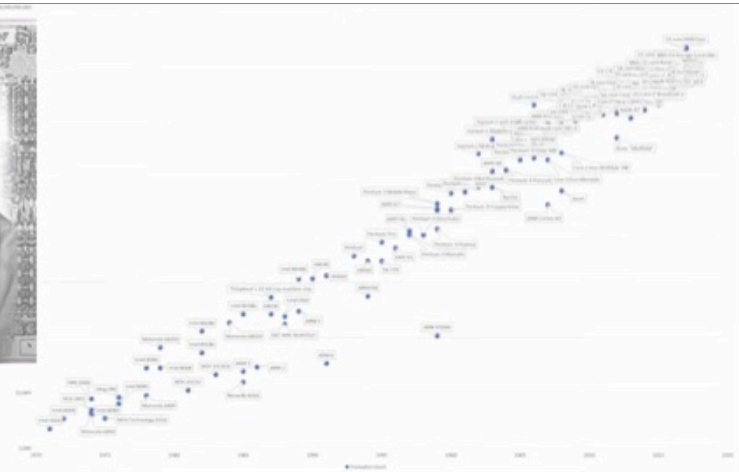
131

“integrated electronics ...

The principal advantages which will result in this expansion are lower costs and the greatly simplified design of systems ...”

Gordon Moore, 1965





Pas Loi de Moore
 Limite transistor à un atome 2 nanometres
 Informatique Quantique
 Moratoire IA → moratoire hardware

132



Limite de la taille de l'atome
pour le transistor 2 nano



Passer du bit au Qbit
Du O1 au quantique



133

internet arpanet 1970 → 81 (2 → 213 ordi)

1969 TCP/IP

email 1975

IN2P3 voice next cube mac os

cern tim berners le robert caillo 1989

Mozaik → navigateur web 1993 image mise en page

Yann ikon iksi open chrome vs flash vs xml vs W3

Quiz : internet a 50 30 20 ans

Quiz : Web a 20 30 40 ans

Quiz : email a 20 30 40 ans

timeline

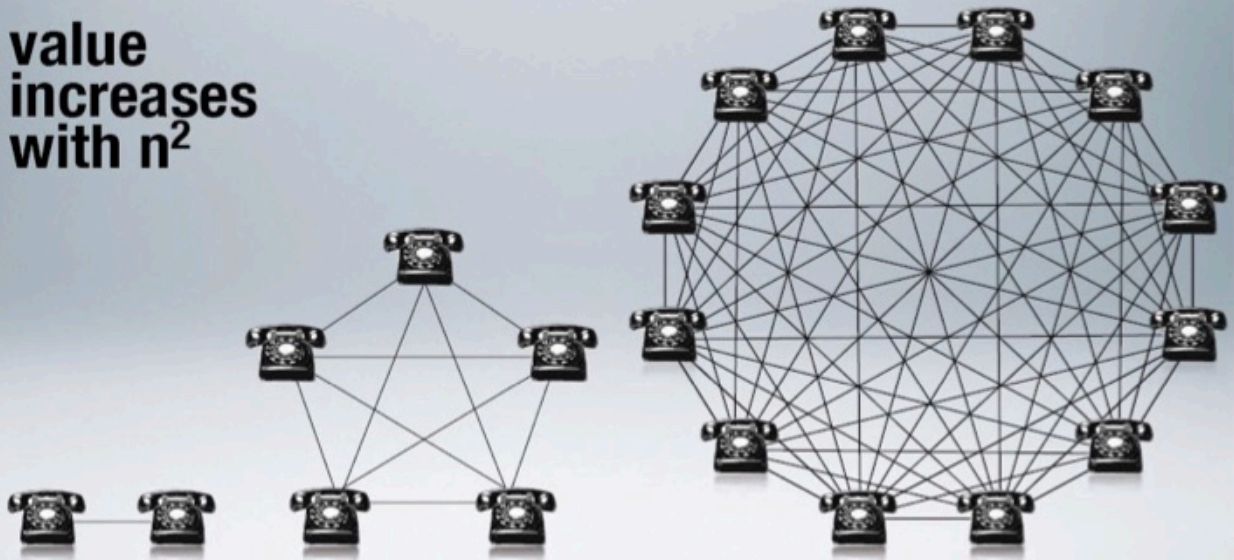
arpanet internet mail tcpip web html http mosaic mozilla firefox

APP

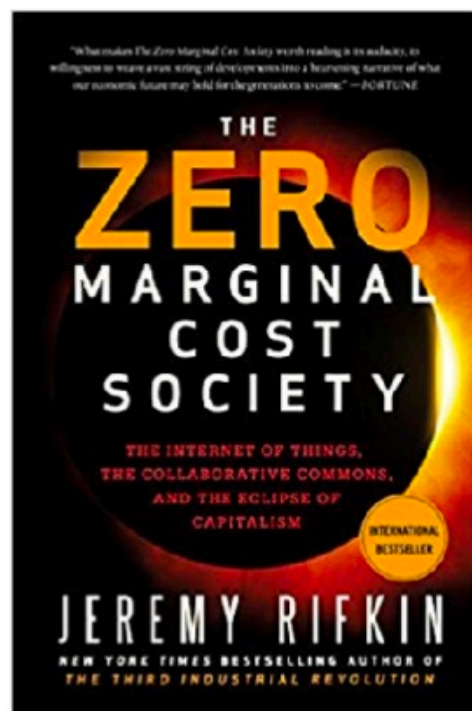
134

METCALFE'S LAW

value
increases
with n^2



135

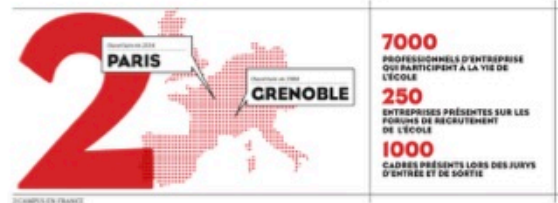
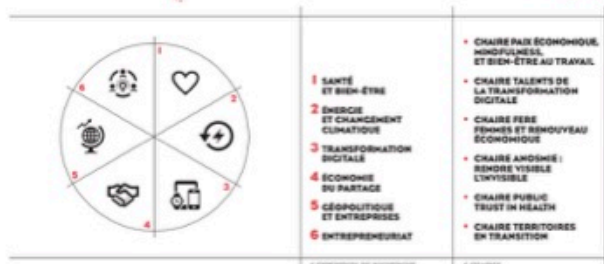


136


Satochi Nakamoto Vitalik Buterin Pascal Gauthier Nicolas Julia PNL

137

L'école en quelques chiffres.






138




**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
UNIVERSITY OF SOUTHERN FRANCE

En rejoignant Grenoble Ecole de Management, vous faites le choix d'une école réellement engagée. Notre mission et notre raison d'être : apporter des réponses, par la formation et la recherche, aux grands défis de la transition écologique, sociale et économique, et contribuer à un monde plus résilient, plus juste, plus pacifique, plus responsable.

grenoble-em.com

 12 rue Pierre Sézard - 38000 Grenoble
183 avenue Jean Lolive - 93500 Pantin

**Act
Think
Impact**

139

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

140



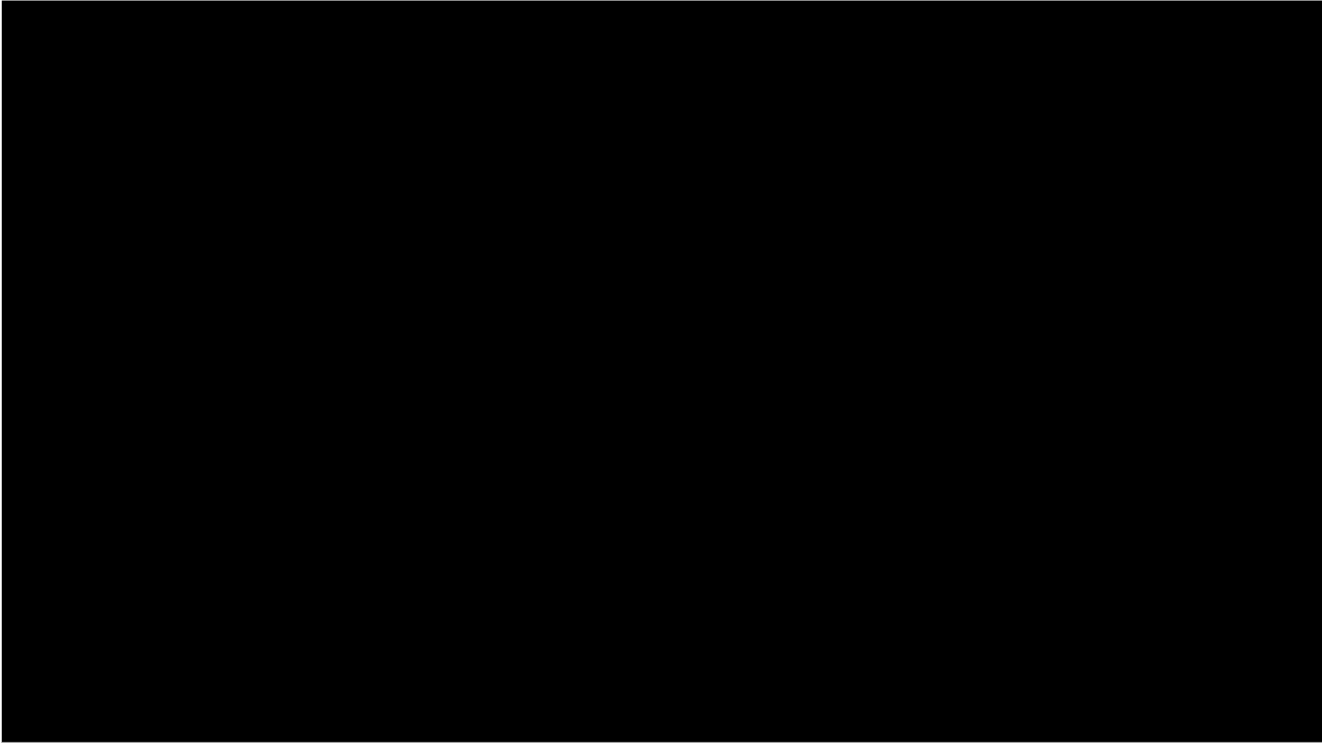
EP02

MOB-TECH & Plateformes

141



142



Global CMF-B platform

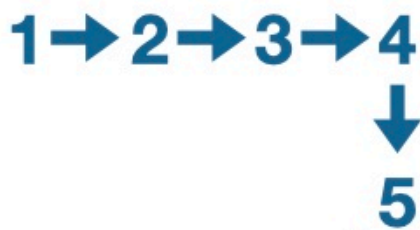
B-segment platform into C-segment dimensions & performance

- 2 million** cars per year
- 4** plants
- 4** continents
- 7** additional models
- 3** brands

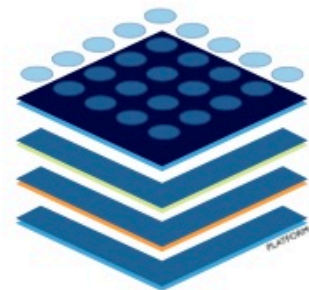


145

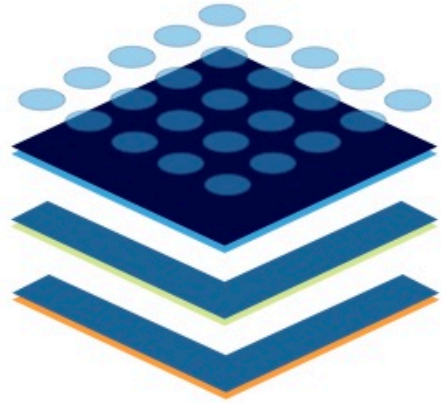
économie classique
intermédiaires



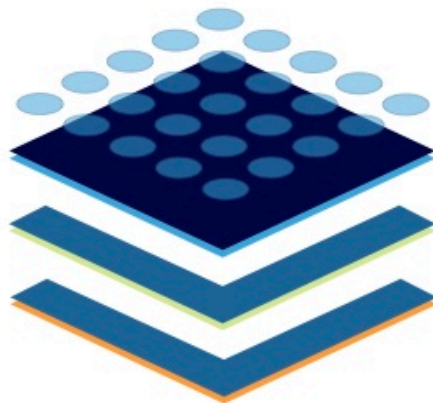
économie plateforme
couches



146



PLATFORM



PLATFORM

**servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
plateformisation**

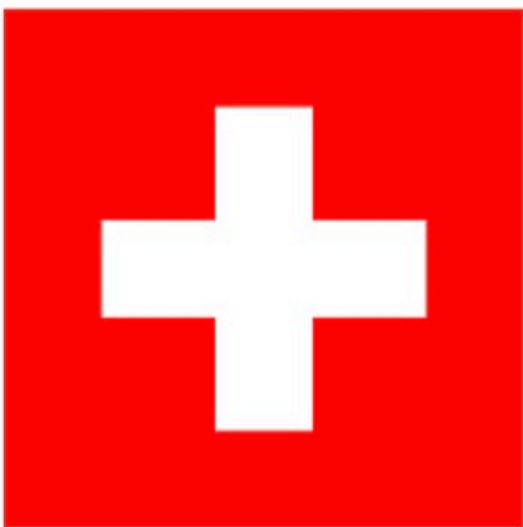
149

**Nouveaux
Business
Modèles**

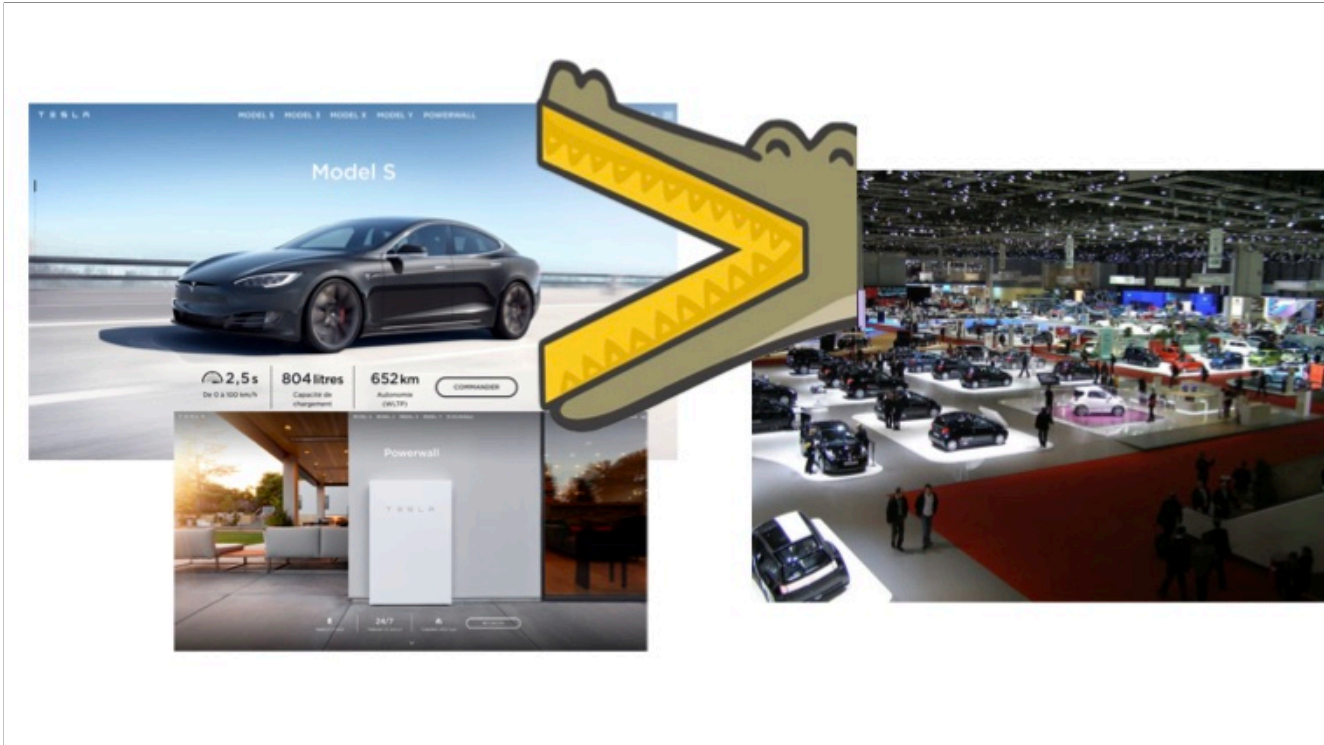
150



151



152



153

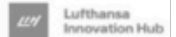


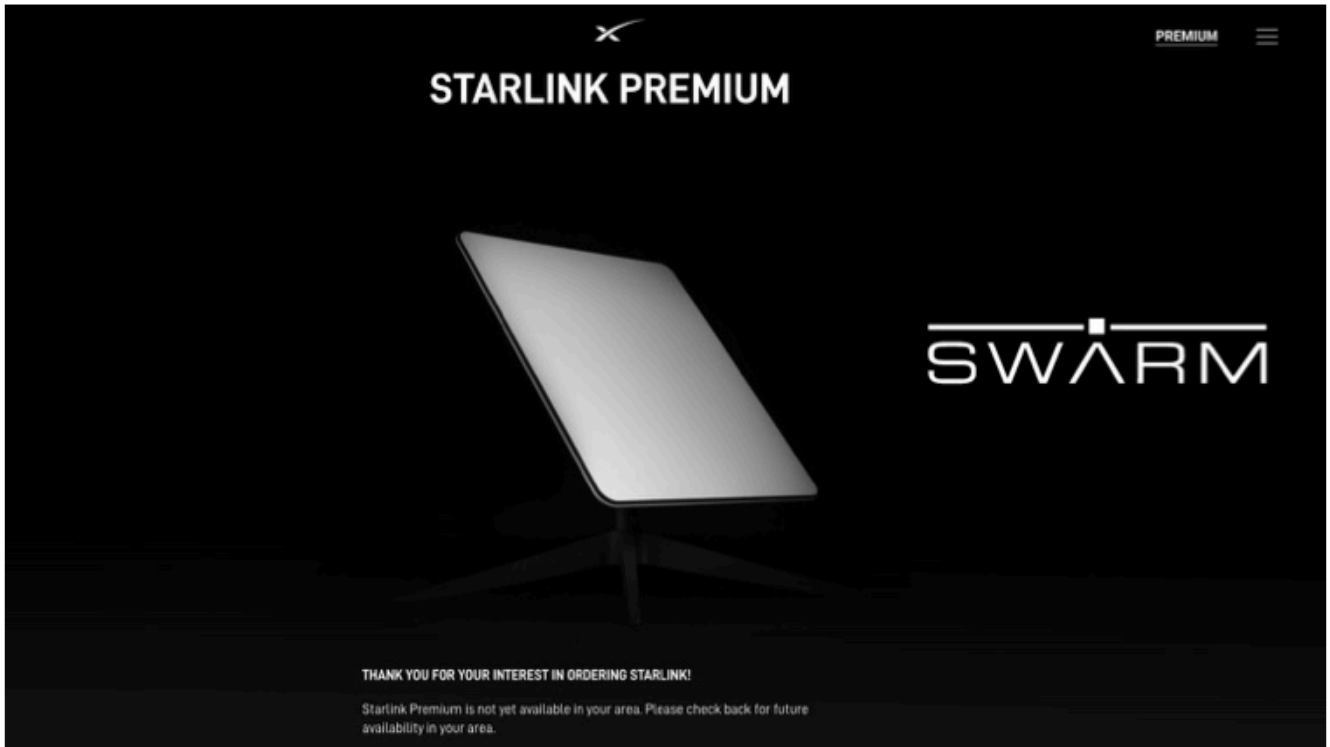
154

Market capitalization of Zoom Video Communications vs. the 15 biggest airlines



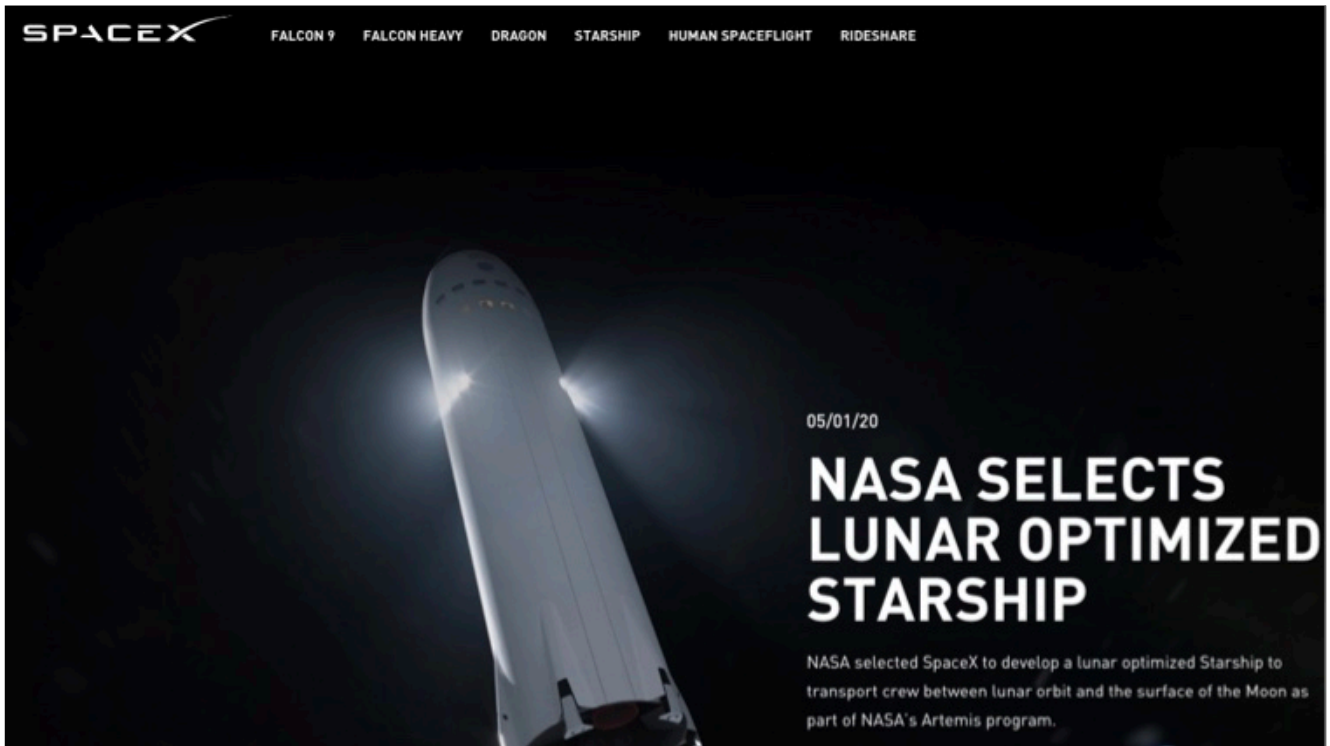
Notes: Airlines selected based on # of passengers transported in 2019; market cap as of Oct. 26, 2020
 Source: Lufthansa Innovation Hub, TNMT.com, Yahoo Finance





The image shows a website banner for Starlink Premium. At the top center is the SpaceX logo. To the right, the word "PREMIUM" is written in a small font next to a hamburger menu icon. The main heading "STARLINK PREMIUM" is centered in a large, bold, white font. Below the heading is a photograph of a Starlink satellite dish mounted on a tripod stand. To the right of the dish is the word "SWARM" in a stylized, white font. At the bottom of the banner, there is a message: "THANK YOU FOR YOUR INTEREST IN ORDERING STARLINK!" followed by "Starlink Premium is not yet available in your area. Please check back for future availability in your area."

157



The image shows a website banner for SpaceX. At the top left is the "SPACE X" logo. To its right is a navigation menu with the following items: "FALCON 9", "FALCON HEAVY", "DRAGON", "STARSHIP", "HUMAN SPACEFLIGHT", and "RIDESHARE". The main visual is a photograph of a Starship rocket being launched, with a large plume of fire and smoke at the base. On the right side of the banner, the date "05/01/20" is displayed above the main heading "NASA SELECTS LUNAR OPTIMIZED STARSHIP" in a large, bold, white font. Below the heading is a short paragraph: "NASA selected SpaceX to develop a lunar optimized Starship to transport crew between lunar orbit and the surface of the Moon as part of NASA's Artemis program."

158



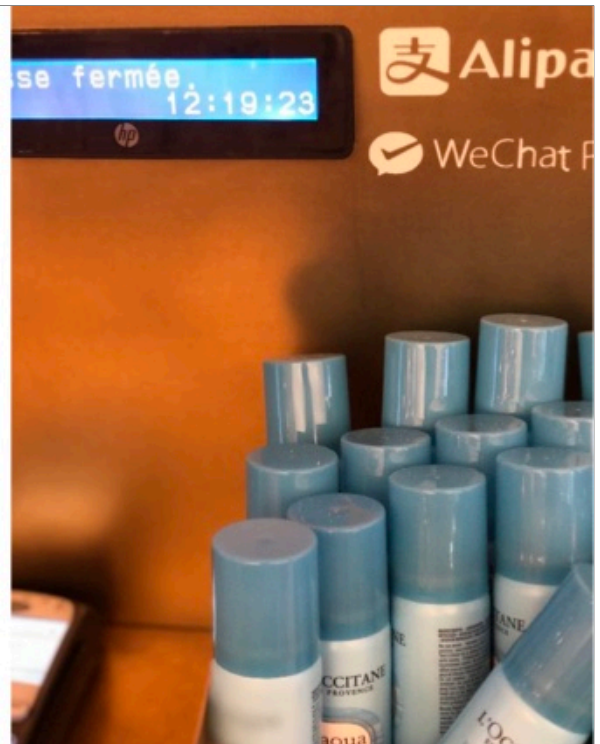


85

161



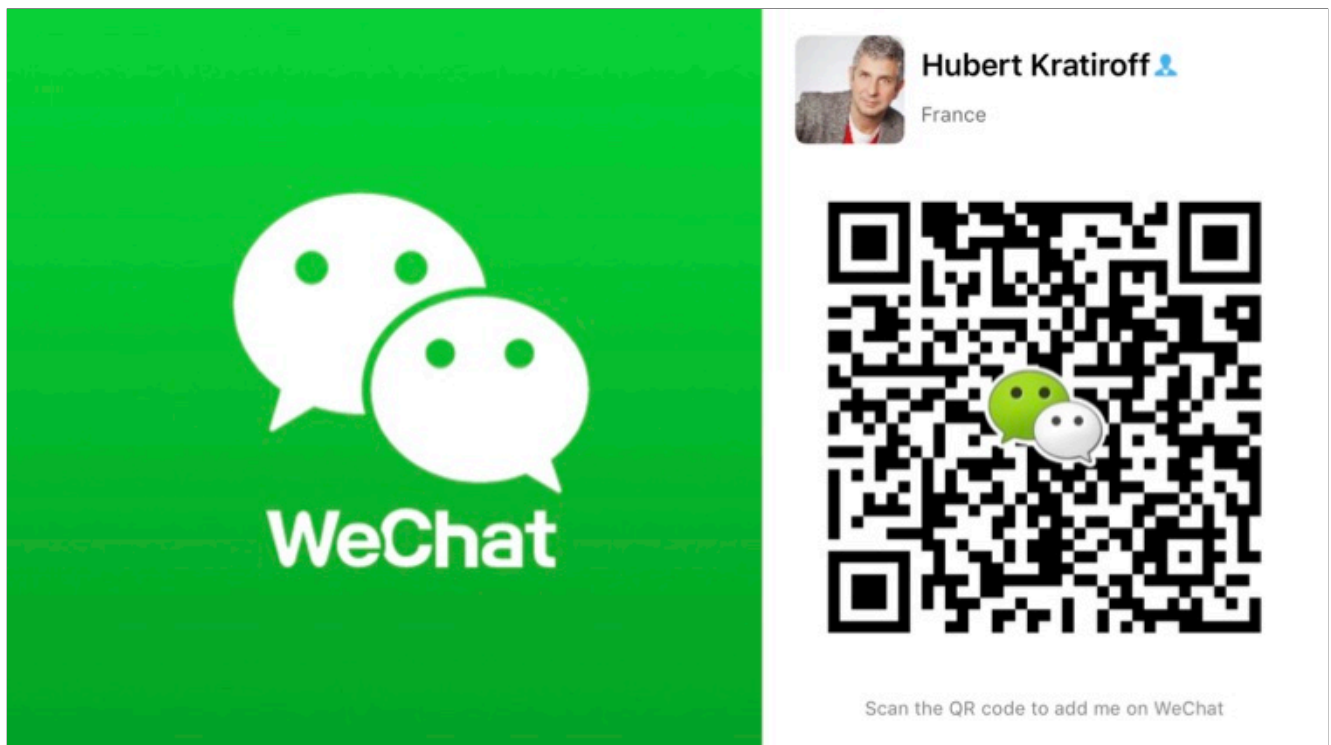
Ranking	Banking Group	Market Capitalisation (USD bn)
1	JP Morgan	388
2	ICBC	330
3	Bank of America	315
4	China Construction Bank	270
5	Wells Fargo	268
6	HSBC	198
7	Agricultural Bank of China	200
8	Citi	183
9	Bank of China	180
10	Ant Financial	150
11	China Merchant Bank	122
12	Royal Bank of Canada	114
13	Santander	100
14	BNP Paribas	90
15	Goldman Sachs	91
16	Sberbank	84
17	Unicredit	50
18	Barclays	47



162

11/11/2022
???
100 milliards \$
2023 : divisé en 6

163



The image shows a WeChat profile card for Hubert Kratiroff. On the left is a green square with the white WeChat logo (two speech bubbles) and the text "WeChat" below it. On the right is a white rectangular area containing a profile picture of a man, the name "Hubert Kratiroff" with a blue verification checkmark, and "France" below it. A large QR code is centered in this area, with a small WeChat logo overlaid on it. Below the QR code is the text "Scan the QR code to add me on WeChat".

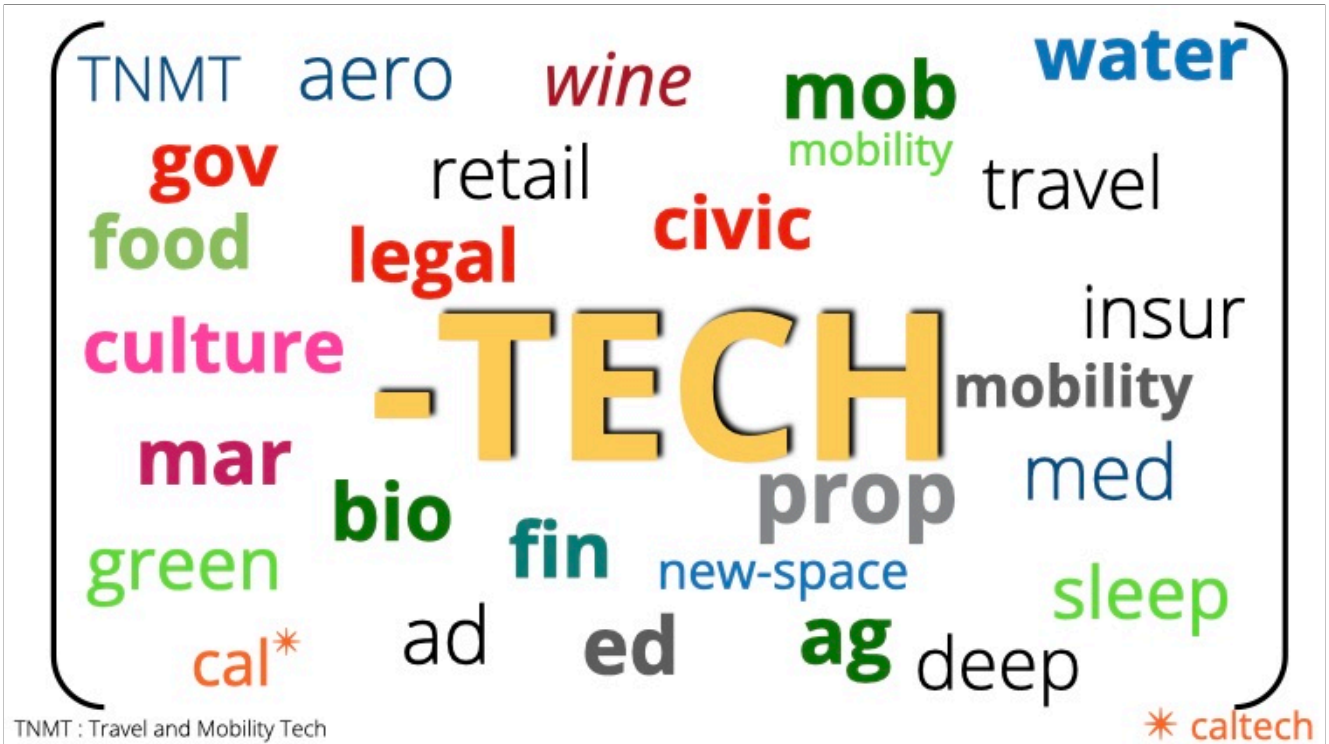
164



165



166



167



168

intelligence model
law sha | ring funding
power **crowd**
marketing open
lending innovation
collaboration sourcing

169

GAFA
Big Tech
super7

Hyper Scaler / Devil

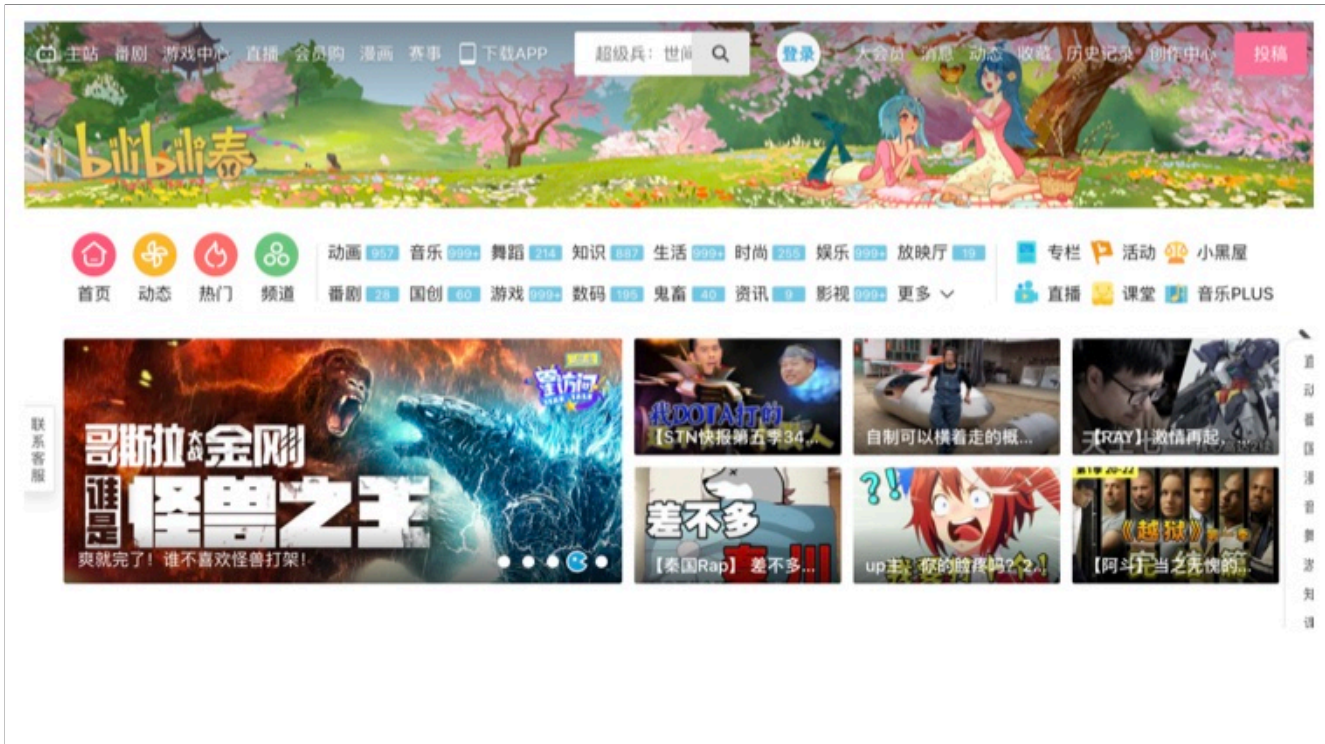
170

GAFA	<i>MSNT</i>
NATU	<i>BEY</i>
BATX	<i>BDH</i>

GAFA Google* Amazon Facebook* Apple	<i>MSNT</i> Microsoft Salesforce NVIDIA Twitter**X
NATU Netflix Airbnb Tesla Uber	<i>BEY</i> Booking Expedia Yandex*
BATX Baidu Alibaba Tencent Xiaomi	<i>BDH</i> Bytedance DJI Hikvision

*Alphabet **Meta = MAAA

Huawei / Cisco / Oracle *Naver



173



174

workshop

hubertkratiroff

06 80 43 29 05

hubert@kratiroff.com
linkedin.com/in/kratiroff
@kratiroff

175

**Act
Think
Impact**

G

SAMSUNG

176

Qui disrrupte
les
BATXBDH ?

177

#oldWORLD



178



179

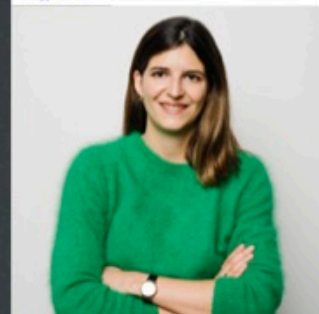


Kat Borlongan
Entrepreneuse

Katherine Borlongan, dit Kat Borlongan, née le 30 janvier 1983 à Manille, est une consultante en innovation et une entrepreneuse française, directrice de la Mission French Tech depuis 2018.

[Wikipédia](#)

Date et lieu de naissance : 30 janvier 1983 (Age: 37 ans), Manille, Philippines



Les critères du FT120 sont perfectibles parce que l'écosystème French Tech est extraordinairement divers", selon Kat Borlongan

180

French Tech Next40/120 2021



FRENCH TECH NEXT 40



FRENCH TECH 120



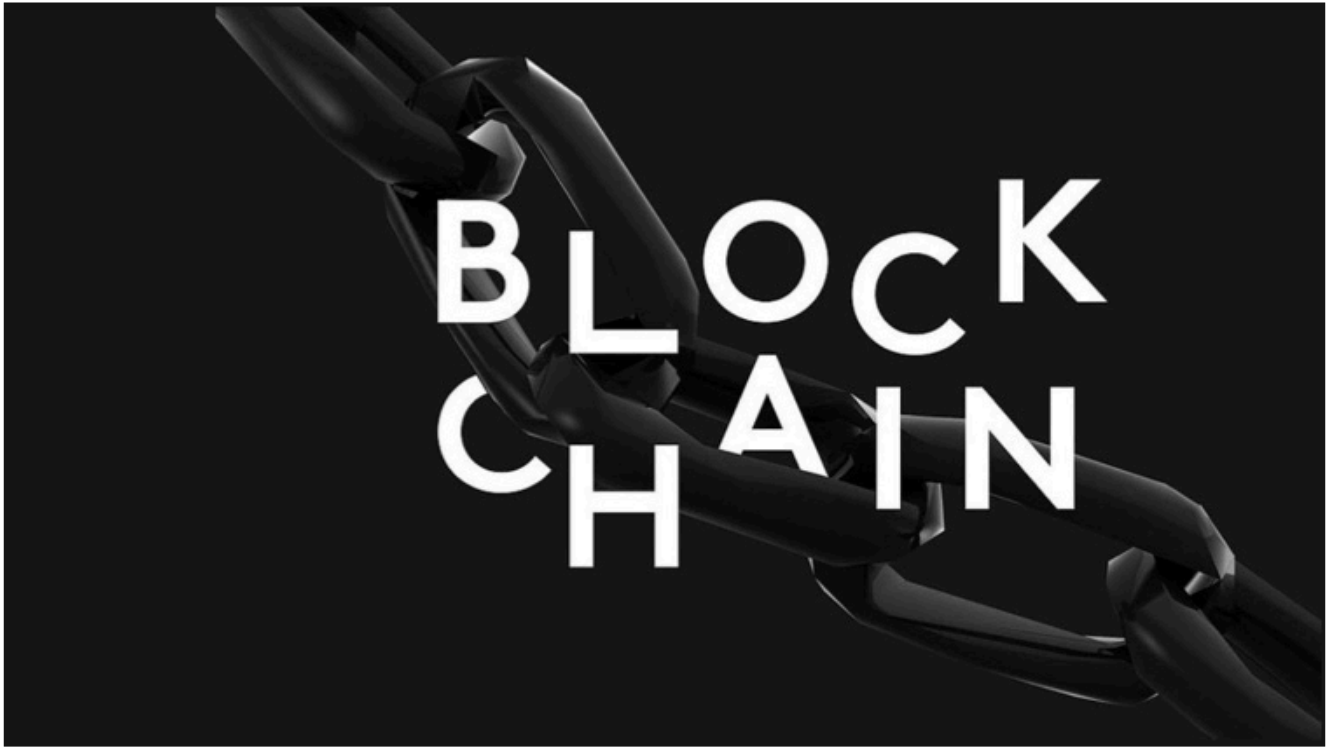


DNVB

183

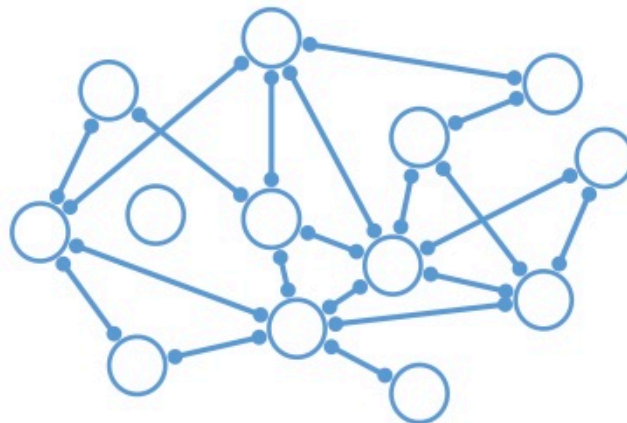
servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
platformisation

184



185

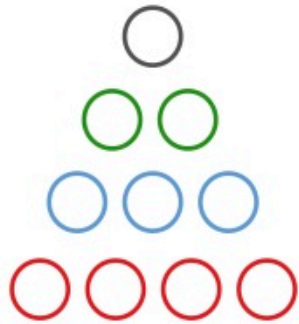
DeFi : decentralized finance



DAO: decentralized autonomous organization

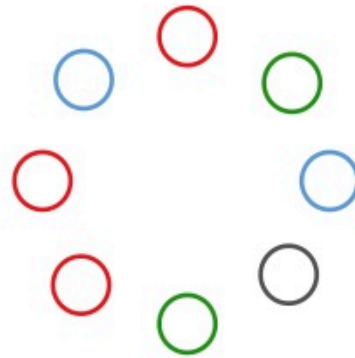
186

HOLAGRACY



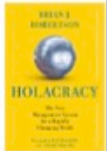
Top-Down

old / XXe century / hierarchy / pyramid / slow
silo / secure / indirect /



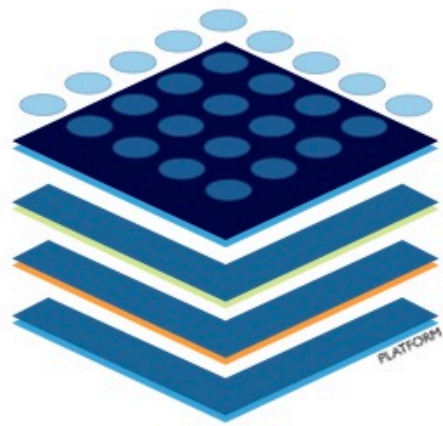
Holacracy

new / Zappos / fast / risky / direct / Robertson

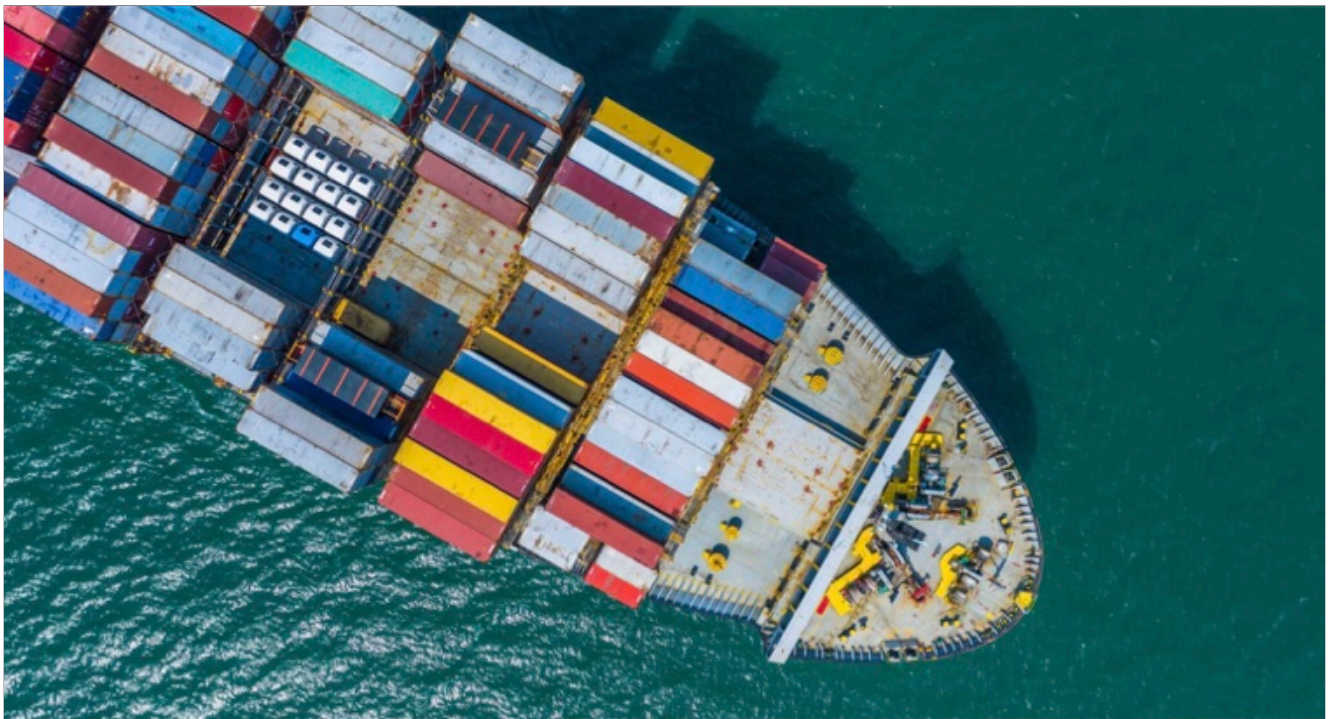


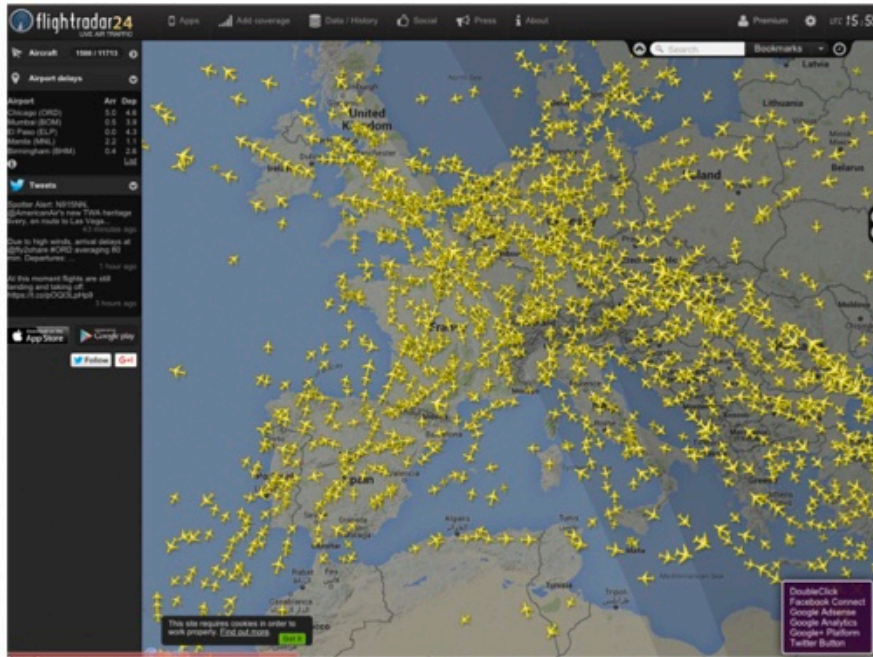


servicisation
disruption
uberisation
tycoonisation
platformisation

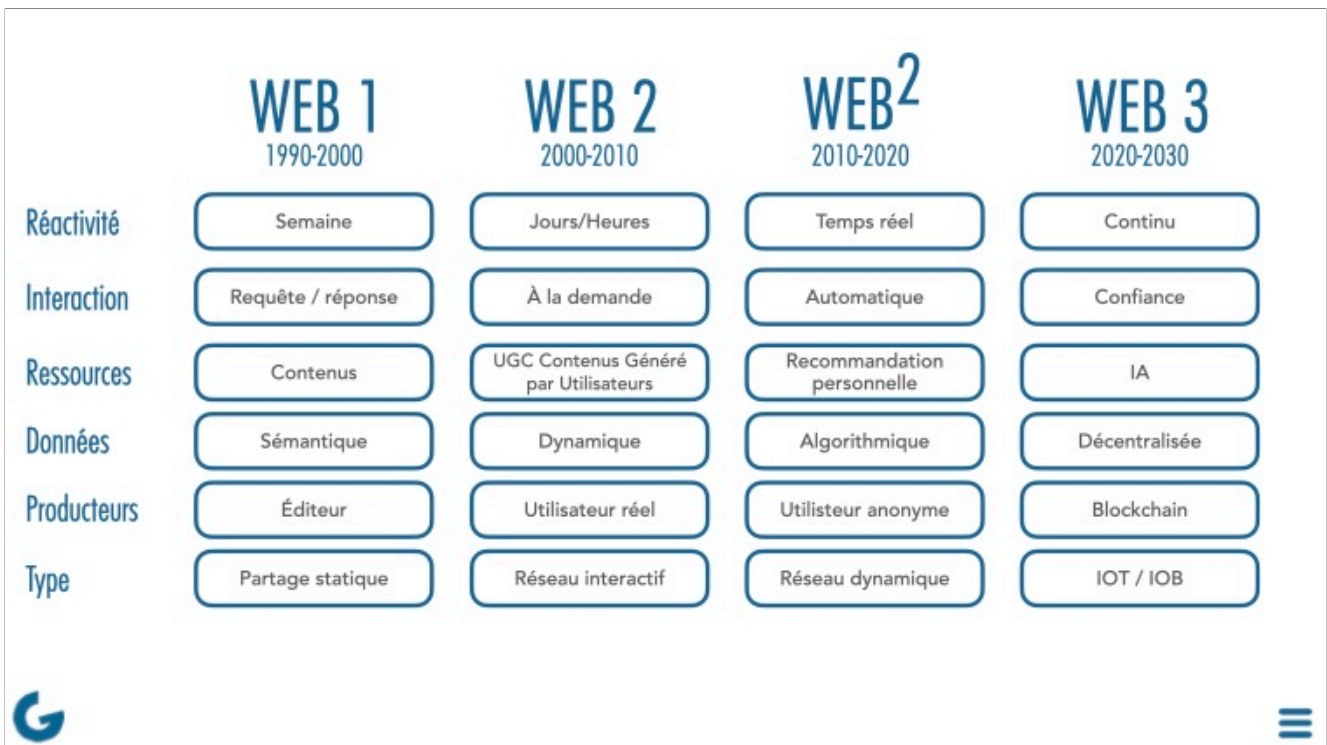


PLATEFORME économie biface





193



194



PLATEFORME économie biface

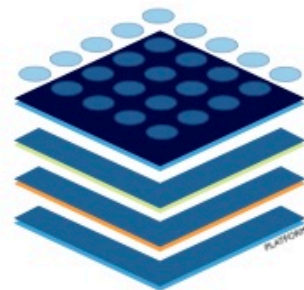


économie classique
intermédiaires

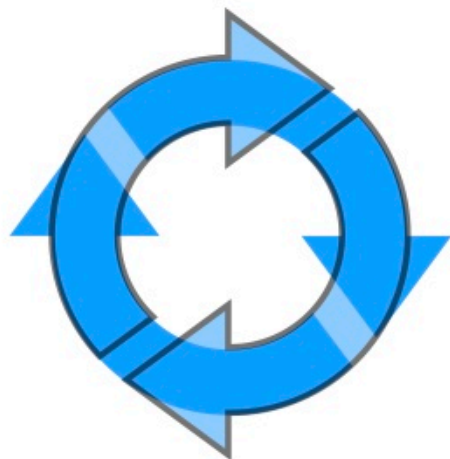
1 → 2 → 3 → 4
↓
5



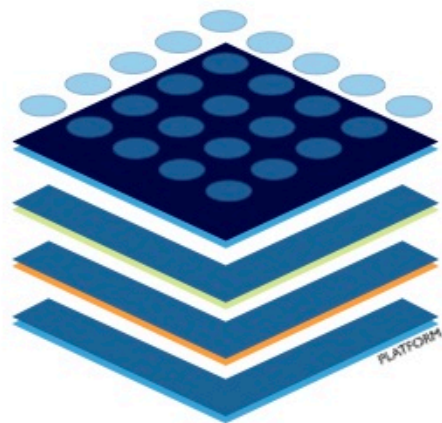
économie plateforme
couches



économie CIRCULAIRE ?

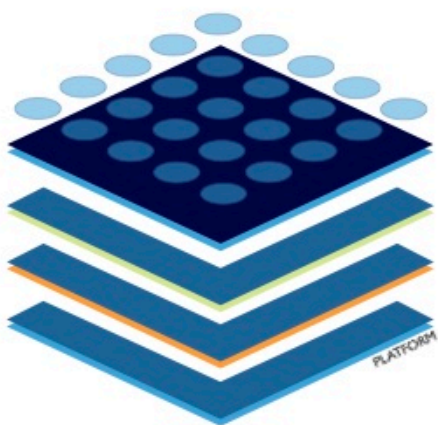


économie plateforme couches



197

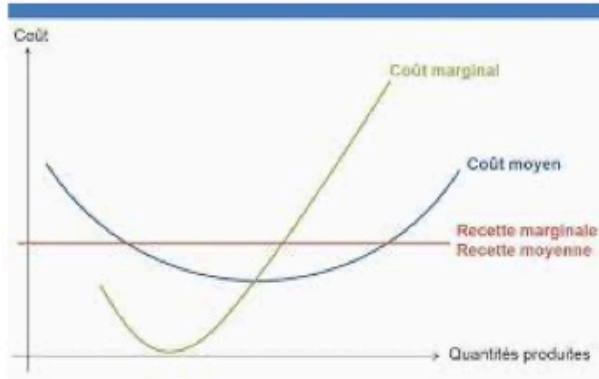
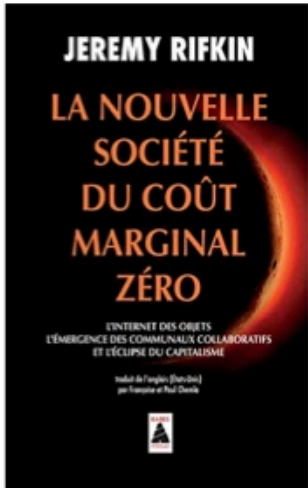
Plateforme multi-couches



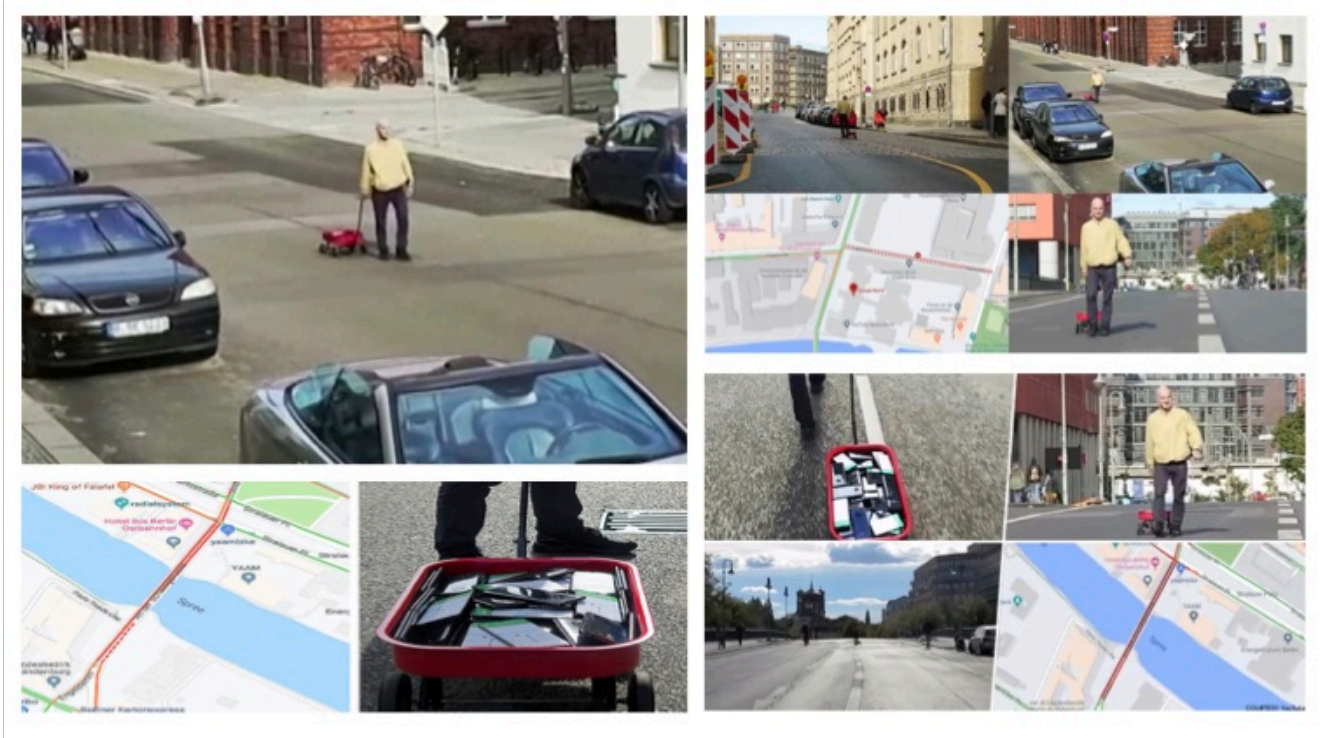
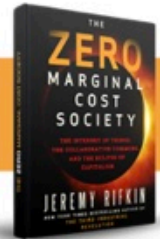
- 1/ écosystème
- 2/ données
- 3/ réseau / commercial / transactions
- 4/ infrastructure logicielle / virtuelle
- 5/ actifs réels et tangibles



198

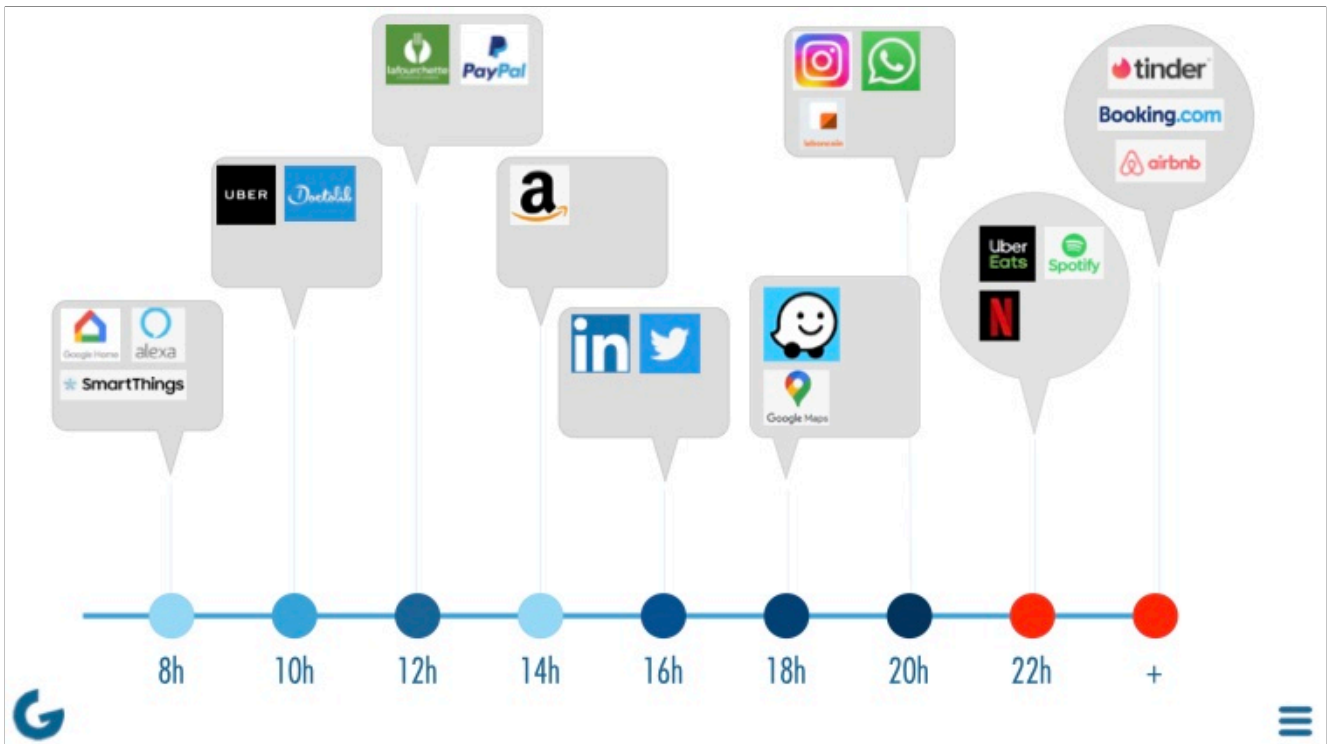


BEST SELLING AUTHOR
JEREMY RIFKIN



amazon													
All Amazon Go / AWS / AMS / Alexa / Washington Post / Twitch / PillPack													
	1994	1997	2000	2003	2006	2009	2012	2015	2018	2021			
Company Milestones	Amazon founded	Expands beyond books	zShops launches	IPOs at \$18.00/share	Lawsuit against Barnes & Noble	Kindle e-books outsell hardcover books	Amazon Launches in India	1st physical store	Search for 2nd HQ announced	Minimum wage raised to \$15/h	25-year anniversary	HQ plans for NY scrapped	
Product Launches			Amazon Elastic Compute Cloud	Amazon Prime	Amazon Mechanical Turk	A9.com	Amazon S3	Amazon Instant Video	Amazon Appstore	Kindle Fire	Amazon Underground	Amazon Prime Air	Amazon Care
Acquisitions		IMDB		Joyo		Audible	Zappos	GoodReads	Whole Foods	PillPack			





203

DEFINITION CLASSIQUE

mise à disposition d'infrastructures ouvertes matérielles, commerciales et digitales pour un écosystème avec économies d'échelle et écologique

licencing moderne avec un plateformeur et des platformés (heterogènes)

location d'un trafic qualifié (visiteurs ciblés) en vue de faire des échanges :
THEME (écosystème) + effet de réseau (metcalfe) + coût marginal faible (rifkin) + DATA = création de valeur

Mise en réseaux et exploitation des données d'un univers/métavers

Infrastructure ouverte digitale et collaborative

204

DEFINITION OFFICIELLE (Conseil national du numérique)

une plate-forme est un service occupant une fonction d'intermédiaire dans l'accès aux informations, contenus, services ou biens édités ou fournis par des tiers.

En plus de l'interface technique, elle organise et hiérarchise les contenus en vue de leur présentation et leur mise en relation aux utilisateurs finaux.

À cette caractéristique commune s'ajoute parfois une dimension écosystémique caractérisée par des relations entre services convergents (coopétition)



Henri Issac



**Soit on crée une plateforme,
soit on utilise celle d'un autre**

on est plateformeur ou plateformé(s)

**Si on crée pas sa plateforme, en
invitant gratuitement l'écosystème
on utilisera celle d'un autre**



effet matthieu

**spirale positive, les plus gros forts
puissants (taille critique) le sont de plus
en plus : winner take all
≠ first to the market**



207

BiFace (two sided)
BiFace non transactionnel
BiFace transactionnel

Sponsorisé / Payeur
Payeur / Payeur
Sponsorisé / Sponsorisé

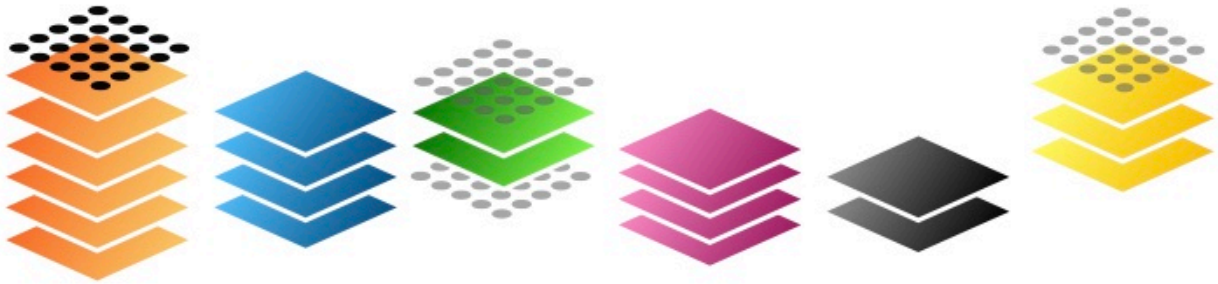


Multiface (multi sided)



208

APP SOFT USER ADV DATA TRUST



PaaS

platform as a service



209

PLAT FOR M

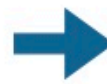


210

Science Based Targets initiative (SBTi)



SCIENCE
BASED
TARGETS



The Net-Zero
STANDARD

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION






The screenshot shows the SBTi website homepage. At the top left is the SBTi logo with the text "SCIENCE BASED TARGETS" and "DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION". To the right is a navigation menu with links: "How it works", "Set a target", "Companies taking action", "Sector guidance", "Resources", and "Net-zero". The main content area features a large image of a cityscape with a red curve overlaid, representing a climate target. The text "AMBITIONOUS CORPORATE CLIMATE ACTION" is prominently displayed. Below this, a sub-headline reads: "Lead the way to a zero-carbon economy, boost innovation and drive sustainable growth by setting ambitious, science-based emissions reduction targets". Two buttons are visible: "SET A TARGET" (dark blue) and "LEARN MORE" (purple). At the bottom left is a small SBTi logo, and at the bottom right is a menu icon. A decorative horizontal line with color segments (red, blue, yellow, black) spans the width of the page.



amazon About Environment People Governance Download Center Search


The Climate Pledge

Amazon is committed to building a sustainable business for our customers and the planet. In 2019, Amazon co-founded The Climate Pledge—a commitment to be net-zero carbon across our business by 2040, 10 years ahead of the Paris Agreement.

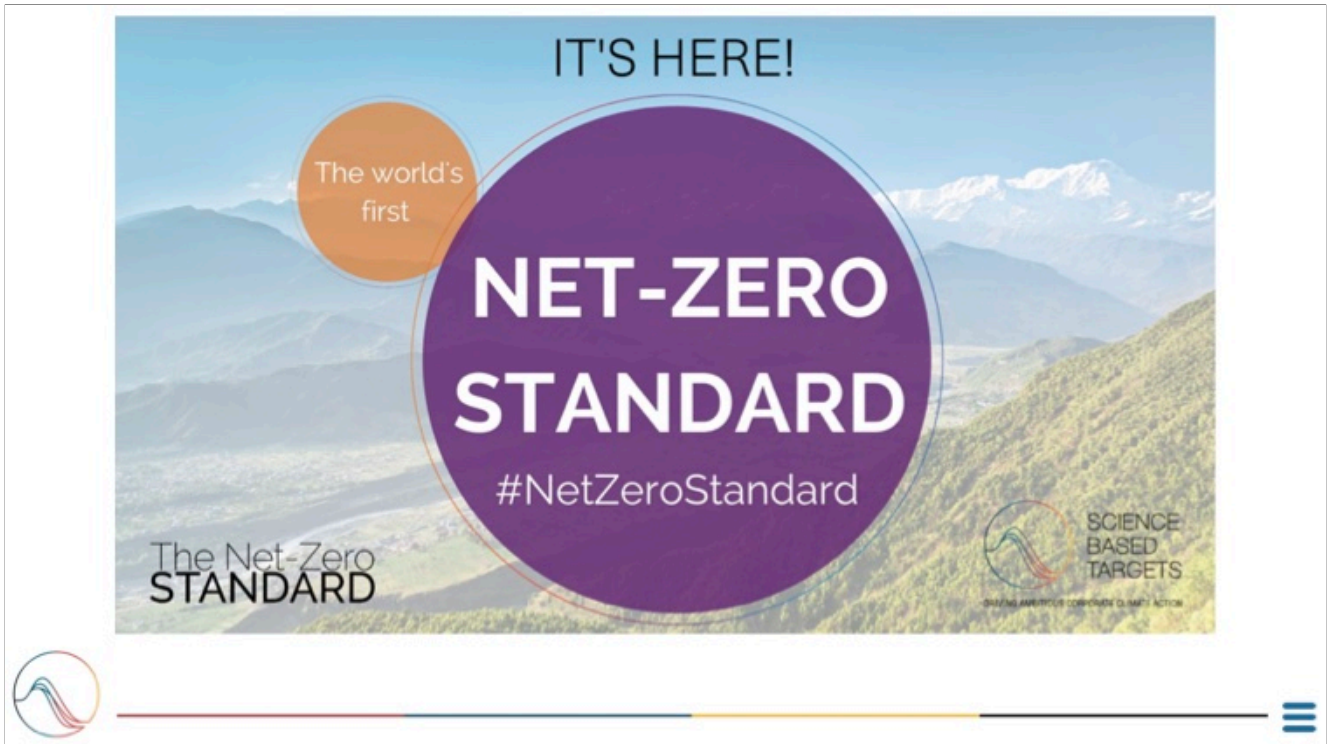




213

<p>Net-Zero Carbon</p> <p>Reaching net-zero carbon emissions across our operations by 2040</p>	<p>Renewable Energy</p> <p>On a path to powering our operations with 100% renewable energy by 2025</p>	 <p>Amazon Sustainability Further and Faster, Together</p>  <p>Net-Zero Carbon by 2040</p>
<p>Shipment Zero</p> <p>Making 50% of all shipments net-zero carbon by 2030</p>	<p>Electric Delivery Vehicles</p> <p>Deploying 100,000 custom electric delivery vehicles by 2030</p>	
<p>Climate Pledge Fund</p> <p>Investing \$2 billion to support the development of decarbonizing technologies and services</p>	<p>Right Now Climate Fund</p> <p>Investing \$100 million in reforestation projects and climate mitigation solutions</p>	



214



215

ZERO ≠ ZERO CO2 carbon

Neutral ≠ ZERO

carbon neutral -> NET ZERO

CARBON -> NET ZERO



216

Key TakeAways

ce qu'il faut retenir



217

build & own
your platform
or use
someone
else's one



218

workshop

hubertkratiroff

06 80 43 29 05

hubert@kratiroff.com
linkedin.com/in/kratiroff
@kratiroff

219

**Act
Think
Impact**

G

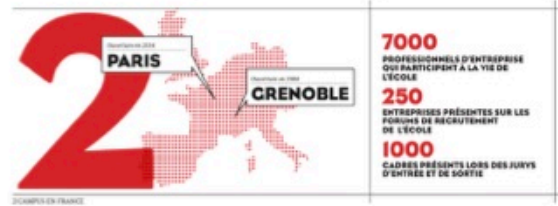
SAMSUNG

220


Si les produits deviennent des services... que deviennent les services ?

221


L'école en quelques chiffres.



222



Business lab for students







**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

GRENOBLE

En rejoignant Grenoble Ecole de Management, vous faites le choix d'une école réellement engagée. Notre mission et notre raison d'être : apporter des réponses, par la formation et la recherche, aux grands défis de la transition écologique, sociale et économique, et contribuer à un monde plus résilient, plus juste, plus pacifique, plus responsable.

grenoble-em.com



12 rue Pierre Sézard - 38000 Grenoble
183 avenue Jean Lolive - 93500 Pantin

**Act
Think
Impact**

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK



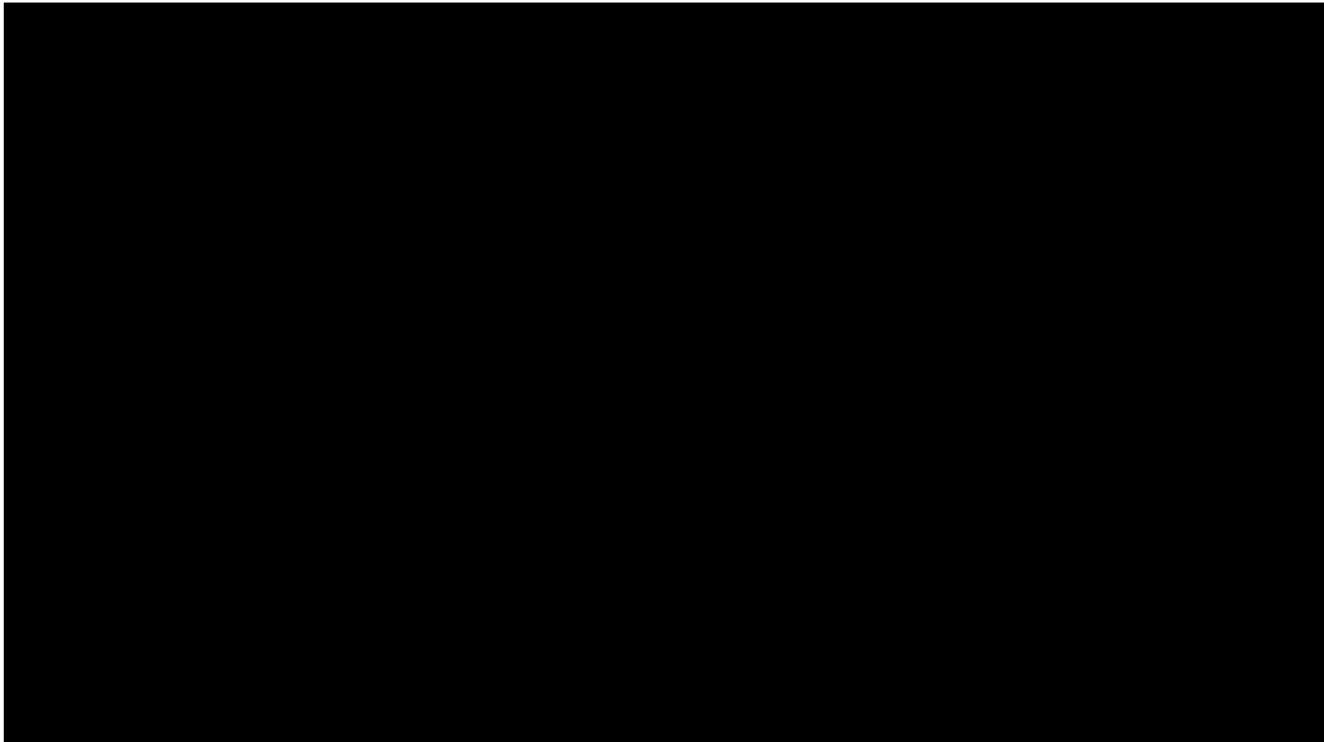
EP03

MOB-TECH &SoftWare

225



226



"Software is eating the world."
Marc Andreessen



software is eating up the world*




* Marc Andreessen
in Wall Street Journal

Intelligent Machines

Nvidia CEO: Software Is Eating the World, but AI Is Going to Eat Software





téléchargez l'application Plug Inn

 cliquez ci-dessous pour télécharger depuis l'App Store Apple ou le Google Play Store

[Google Play](#)
[App Store](#)

Plug Inn

 le premier réseau de charge entre particuliers

[créer un compte](#)

[se connecter](#)

229


human first program

 safety by Renault

et si la solution pour des routes plus sûres était l'audio ?

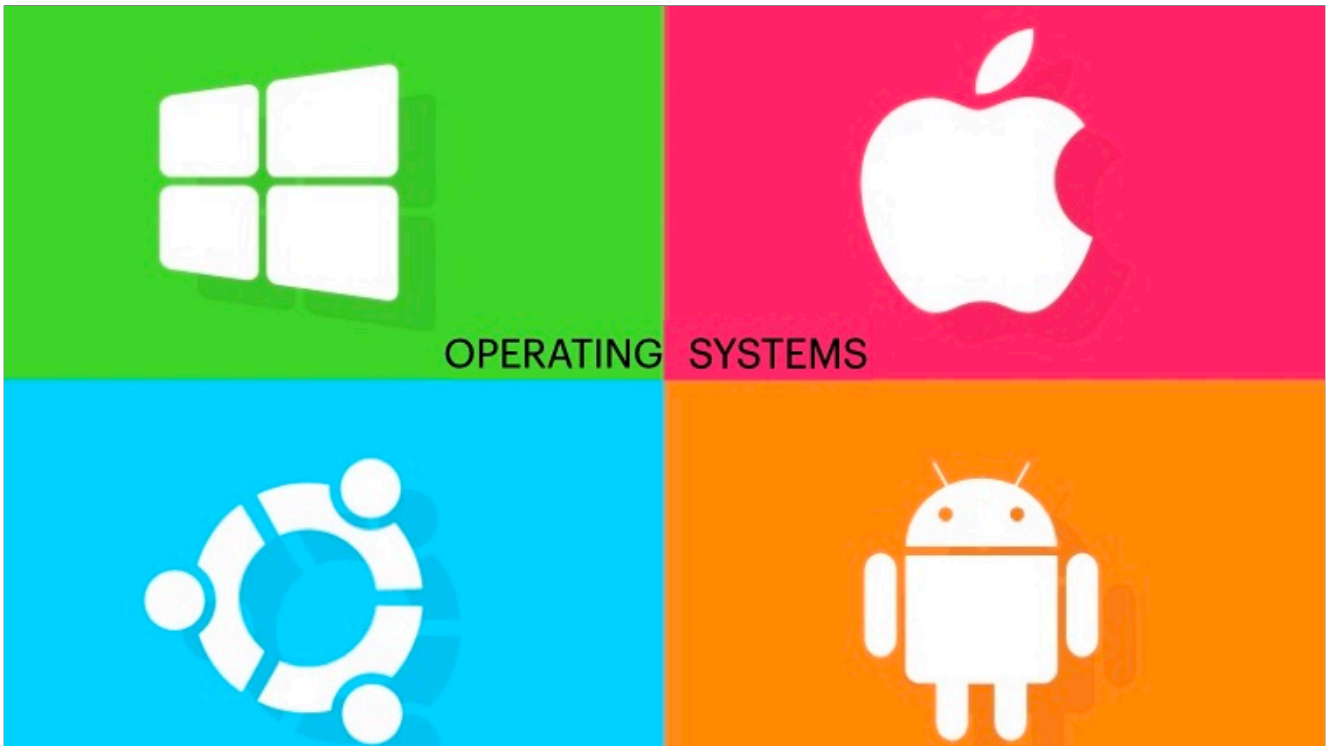


 H1st vision

230



231



232



Ubuntu

Mac

Windows

Android

ios

Linux

Tizen

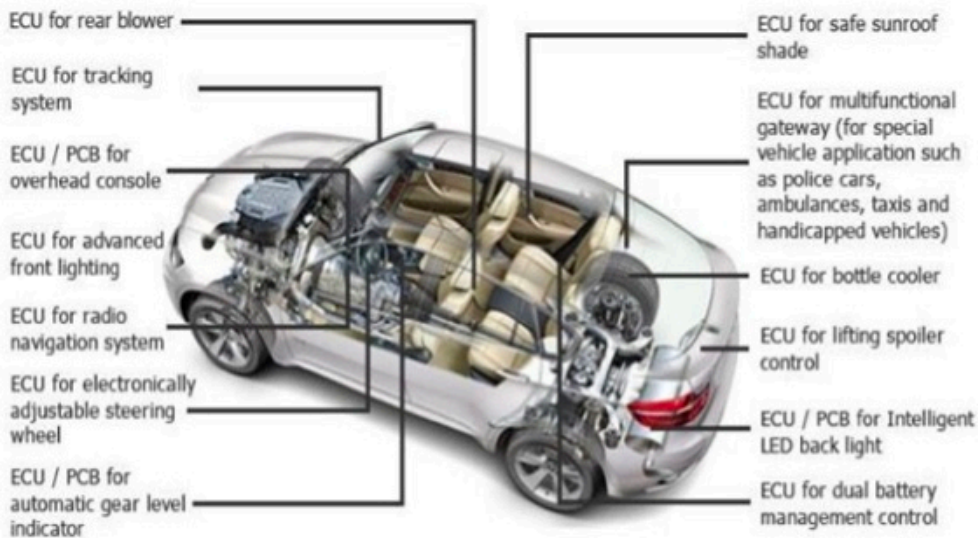
Debian

Chrome

Blackberry Palm Next DOS OS2 unix fedora symbian

233

Automotive ECUs:



234

Operating System

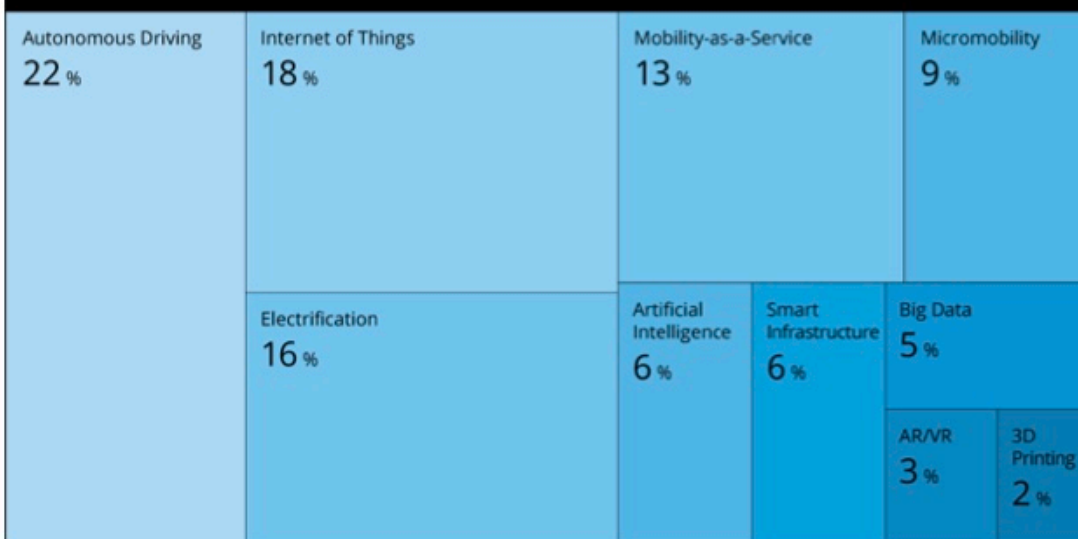
IOT

IOB

HomeKit

CarPlay

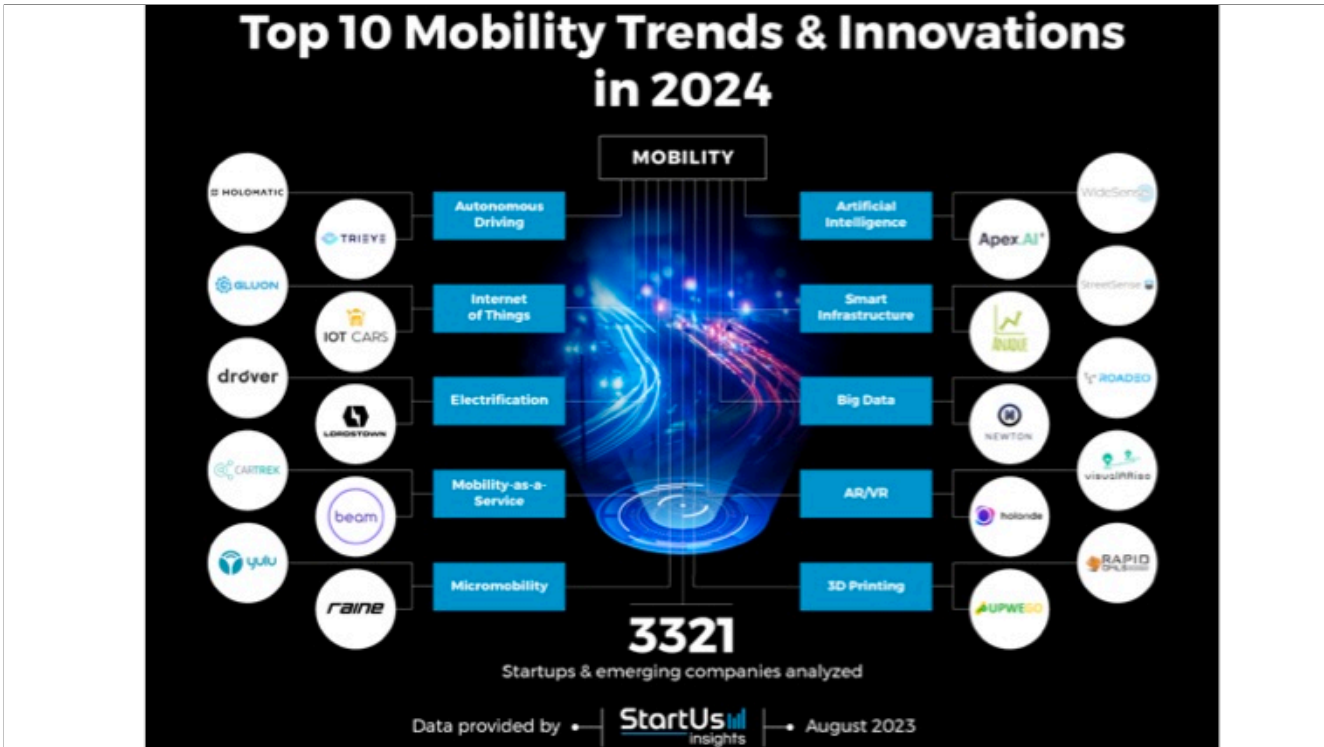
Top 10 Mobility Trends & Innovations in 2024



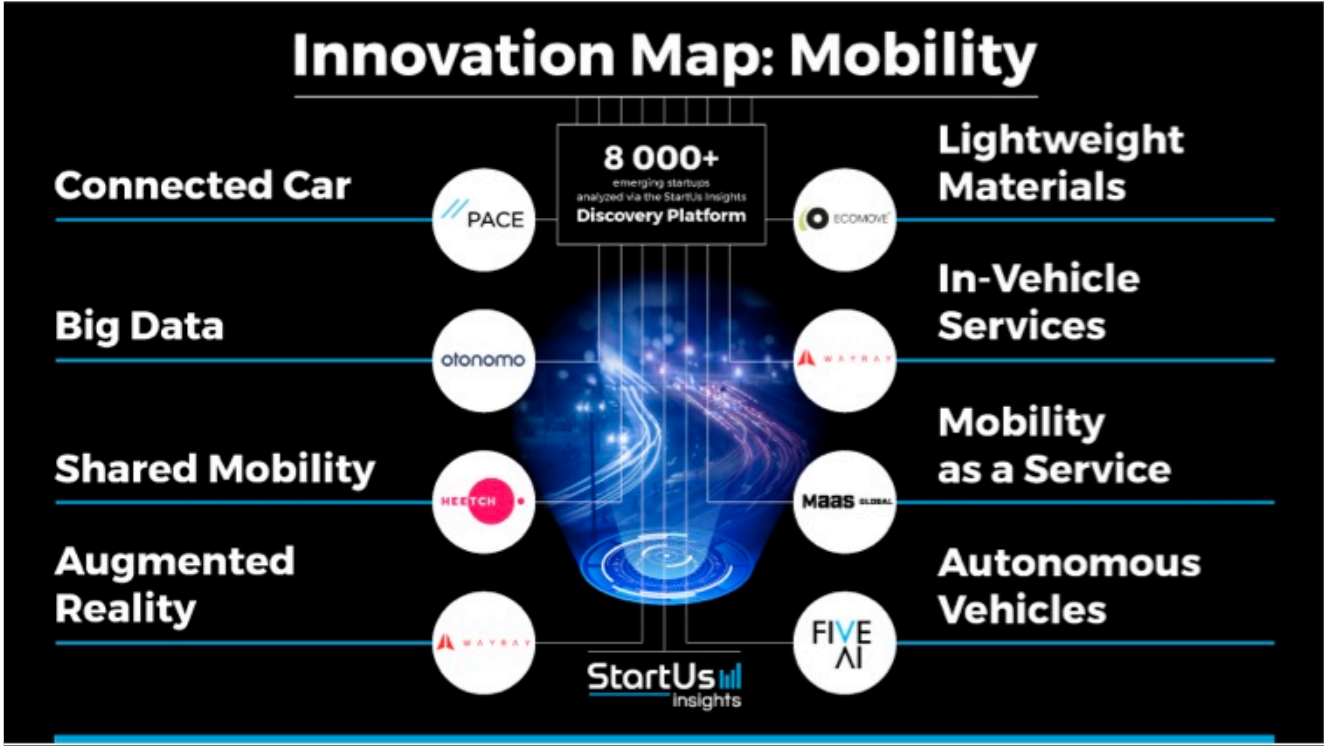
This tree map illustrates the top 10 innovation trends & their impact on the Mobility

StartUs
insights

Copyright © 2023 StartUs Insights. All rights reserved
August 2023



237



238

Innovation Map: Mobility

Connected Car

- IoT transforms vehicles into viable sources of data
- avoids accidents or calls emergency services

- on-board diagnostics integration for driver monitoring, predictive and preventive maintenance
- vehicle-to-vehicle (V2V)
- vehicle-to-infrastructure (V2I)
- vehicle-to-everything (V2X)

Big Data

- key ingredient in providing the necessary information to the development of emerging technologies

- effective in unison with predictive analytics and machine learning to plan maintenance and manage transport networks
- marketplace and exchange for car data
- enables diagnostics, user experience tracking and driver assistance systems

Shared Mobility

- creates new business models for mobility, on-demand services and supply chain (e.g. carrying freight)

- car-sharing, carpooling, ride-sharing, bike sharing, scooter-sharing
- on-demand services as derivative from the sharing economy: e.g., Uber Eats etc.

Augmented Reality (AR)

- transforms the future of mobility, e.g. through head-up display systems

- holographic navigation systems
- presents warnings, alerts and safety aids



Lightweight Materials

- trading steel for a lighter alternative reduces consumption significantly
- meets weight requirements while not sacrificing safety
- improves the process of designing and assembling

- 3D printing / additive manufacturing
- carbon-fiber lightweight chassis

In-Vehicle Services

- additional value of 5€ billion per minute can be created

- holographic AR infotainment system
- makes in-transit experience relaxing, productive, or entertaining
- picks up deliveries while on the way to passengers

Mobility as a Service (MaaS)

- offers consumers the possibility of accessing a variety of vehicles by using the same digital platform
- individuals handle every aspect of their journey

- multimodal platforms optimize the route from A to B with one click by combining information of the public transportation system, shared mobility and rentals

Autonomous Vehicles

- contributes to traffic optimization and passenger safety
- opens a window of opportunity for on-demand services

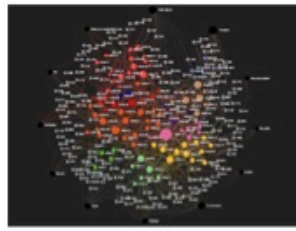
- relies on machine learning to achieve full autonomy
- uses advanced sensor technologies: high-resolution cameras, LIDAR, RADARs etc.
- advanced navigation systems: GNSS, machine learning processing of aerial imagery etc.

StartUs Insights empowers you to access the world's information on innovation, emerging companies, and technologies. We achieve this through the StartUs Insights Discovery Platform, covering over 2 million startups & scaleups globally. Our Big Data & AI-powered SaaS platform enables you to quickly and continuously identify new startups, scaleups & technologies that matter to you. Copyright © StartUs Insights. All rights reserved.

Good design is as little design as possible.

— Dieter Rams





by design
privacy
security
thinking

241



242



243



244

“Le futur est déjà là —
il n'est simplement pas
réparti équitablement.”

William Gibson



245

“
J'aime dire que la
transformation
digitale est finie.



AuréliJean
LP CEO et Fondatrice
In Silico Veritas, LLC



246

ChatGPT a attiré un million d'utilisateurs en quelques jours

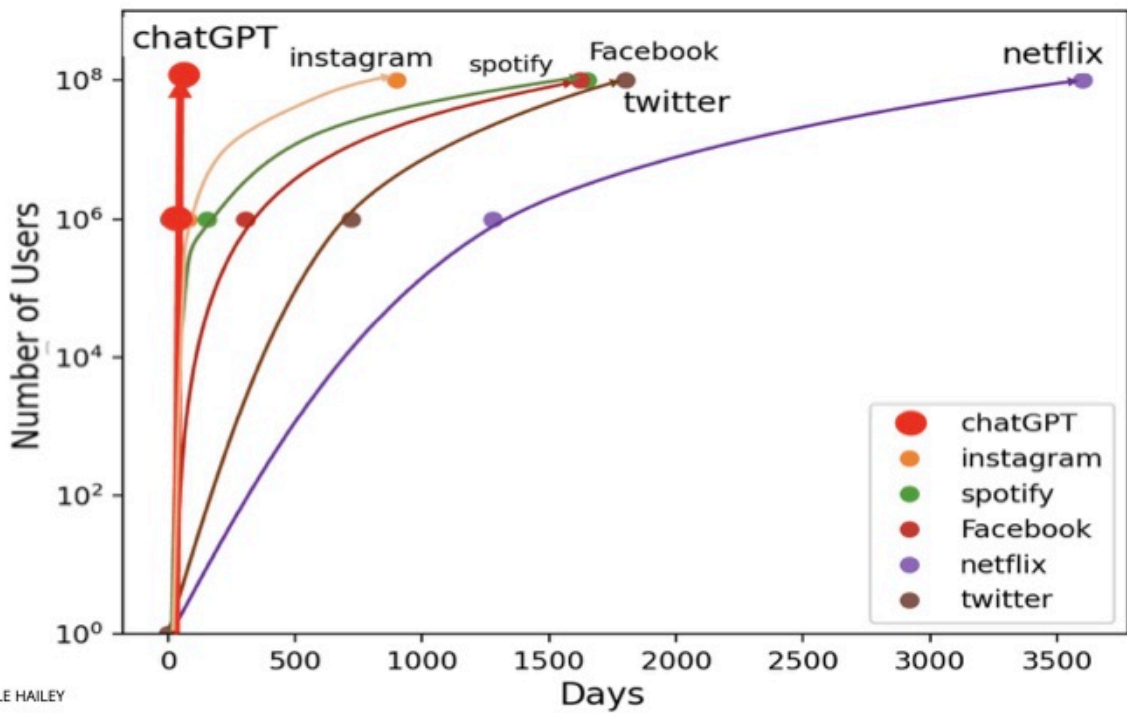
Temps qu'il a fallu à certains services/plateformes en ligne pour atteindre 1 million d'utilisateurs

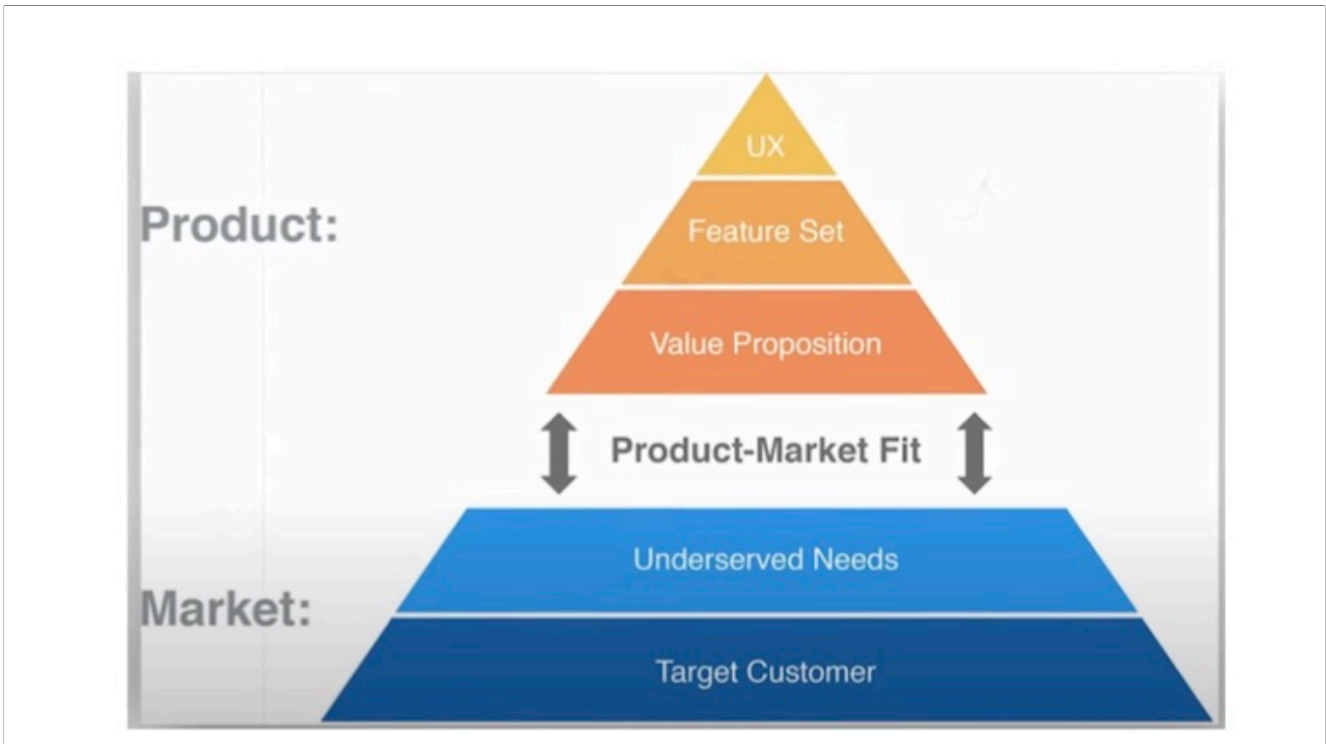
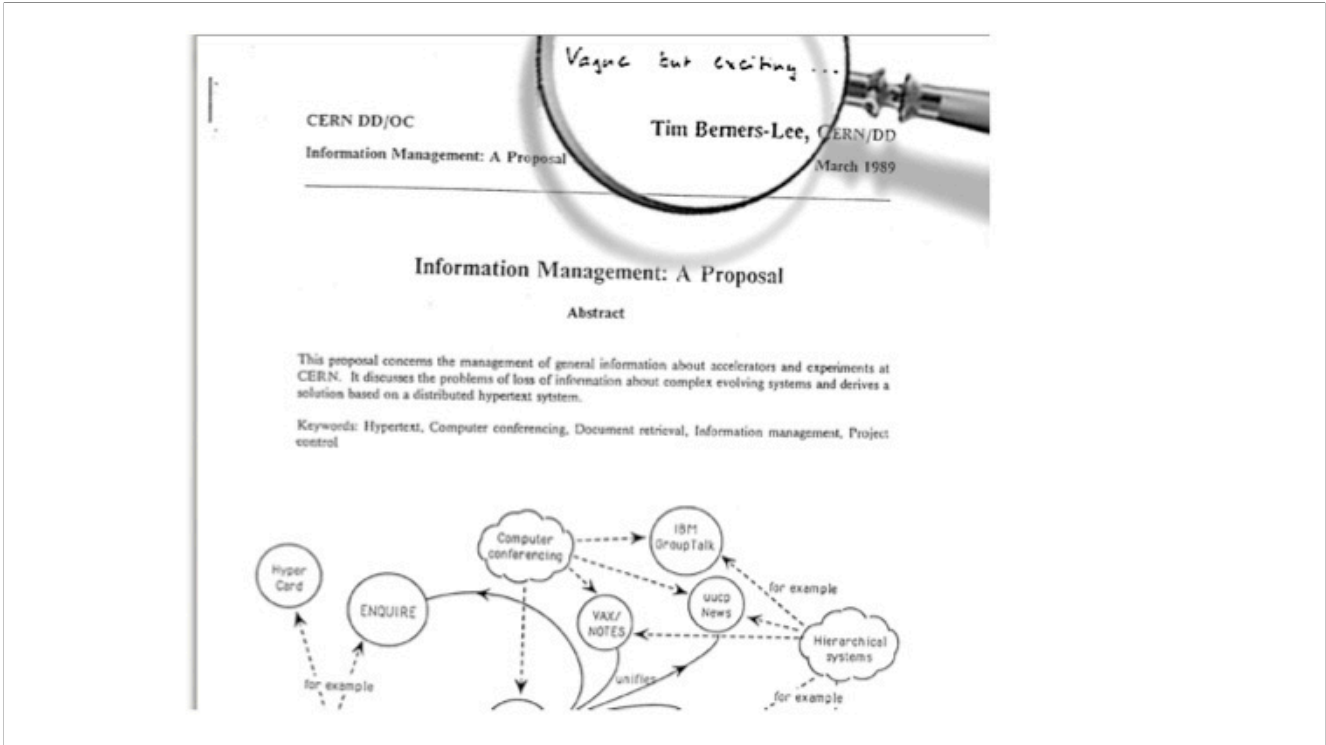


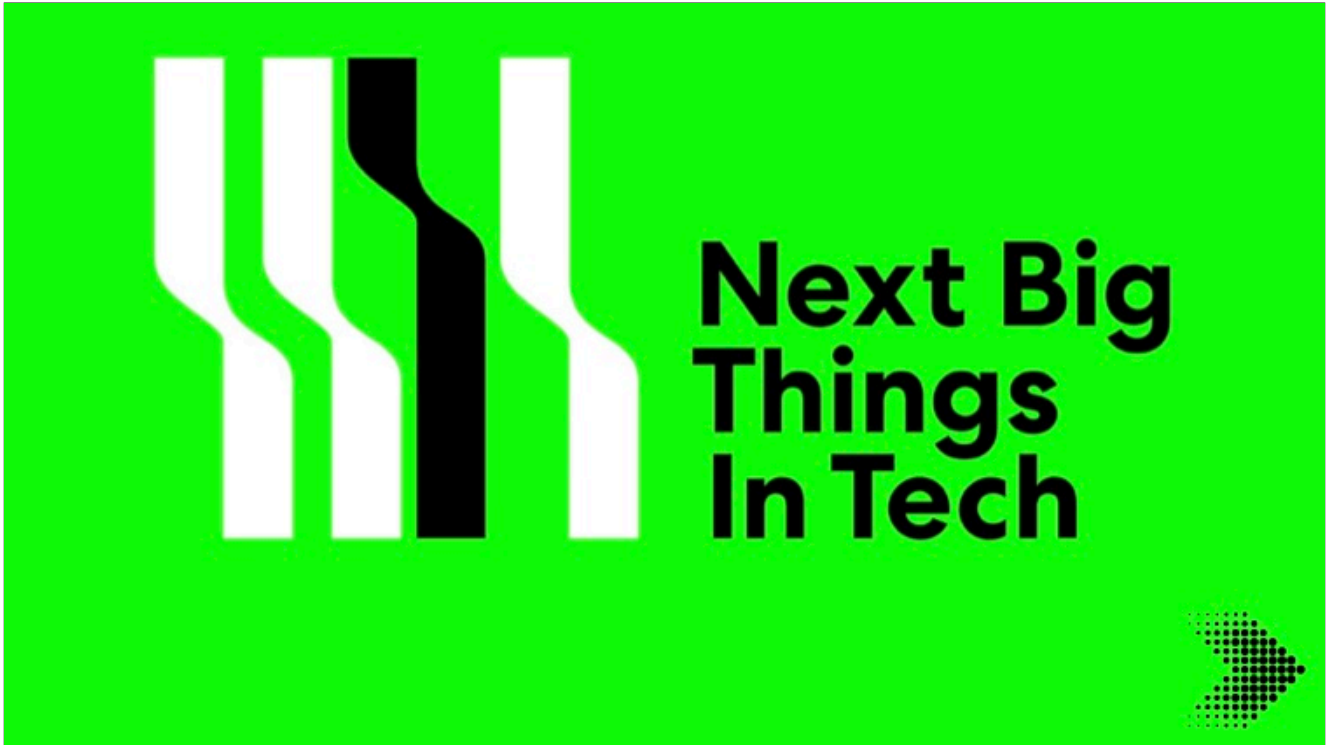
* 1 million de nuitées réservées ** 1 million de téléchargements
Sources : communiqués des entreprises via Business Insider/LinkedIn



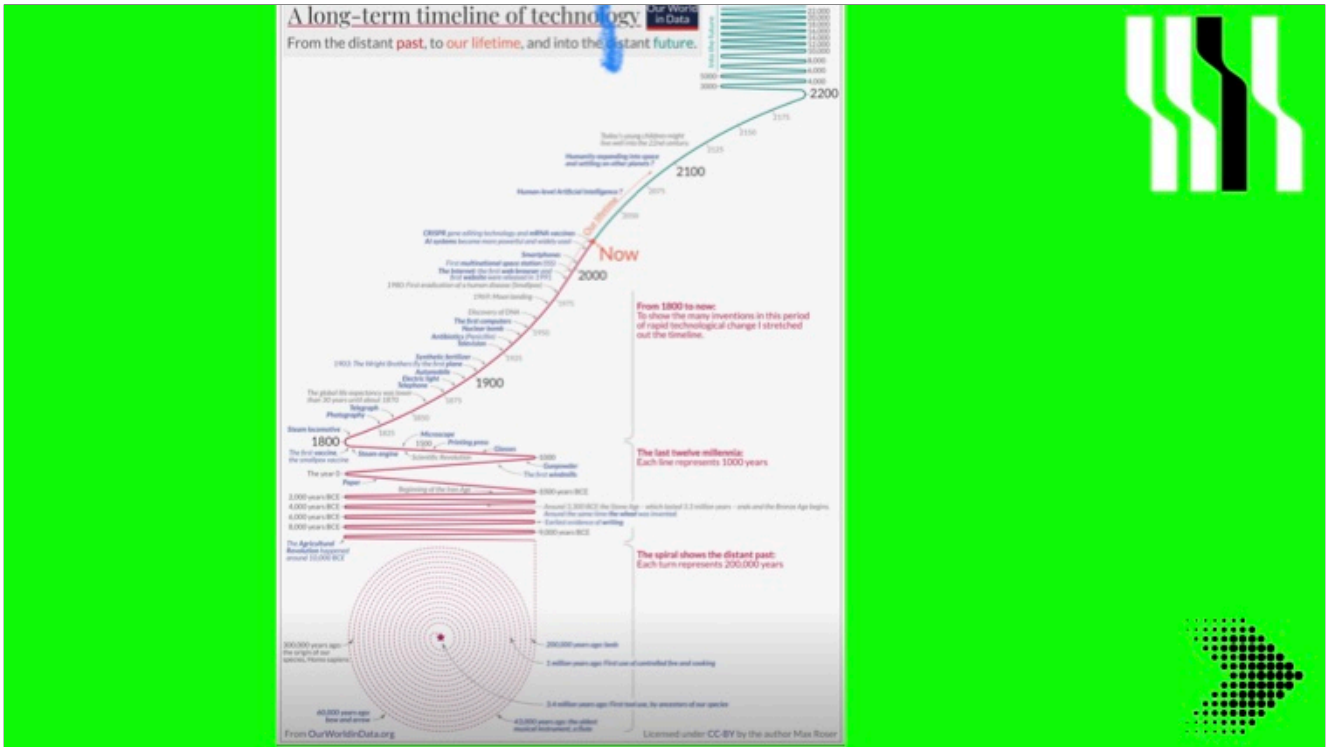
Adoption innovation :
ChatGPT
1 million en 5 jours







<p>AI and Data Innovations in artificial intelligence, algorithms, and data science, including customer-facing products and under-the-hood technologies</p> <p>Buildings and Real Estate Property tech, architecture, construction, and related areas</p> <p>Consumer Consumer electronics, smart home products, and other products and services aimed at individuals</p> <p>E-Commerce and Retail Commerce products and services, including both online and physical retail</p> <p>Enterprise Software, hardware, and services for use in organizations of all sizes</p> <p>Food and Agriculture The future of food and farming</p> <p>Marketing and Advertising (New!) Technologies that power more effective next-generation marketing campaigns</p> <p>Metaverse, Augmented Reality, and Virtual Reality Hardware, software, and services relating to the metaverse, AR, VR, and other immersive experiences</p> <p>Robotics and Automation Robots and supporting technologies as well as innovations in areas such as manufacturing and automated retail</p> <p>Social Good Breakthroughs that benefit society and tackle humanity's most pressing problems</p> <p>Apps (New!) Software for computers, phones, tablets, the web, and other devices and platforms</p> <p>Computing, Chips, and Foundational Technology Processors, quantum computing, enabling tech such as lidar and 5G, and other core technologies</p> <p>Current Events (New!) Products and technologies that tackle the world's most pressing problems</p> <p>Education Products and services for teaching, learning, and training, both in and outside of school and for all age ranges</p> <p>Fintech, Crypto, Blockchain and Web3 Finance and cryptocurrency, as well as new applications of blockchain and web3 technology</p> <p>Health Medical innovations, from products to research projects</p> <p>Media, Entertainment, and Social Streaming services and other entertainment platforms, gaming, and social media</p> <p>Nonprofit and Academic (New!) Products, technologies, and research projects from nonprofit and academic institutions</p> <p>Security and Privacy Technologies that protect organizations and consumers against online and physical threats and privacy intrusions</p> <p>Space and Telecom (New!) Satellites, rockets, and related technologies as well as terrestrial and airborne communications</p>	<p>Sustainability and Energy Innovations relating to climate, energy production and consumption, and related topics</p> <p>Wellness and Fitness Hardware, software, and services in areas such as meditation, exercise, and nutrition</p> <p>Excellence in Innovation Organizations whose practices, programs, and other techniques enable uncommon technological innovation</p> <p>Next Big Things in Tech: North America (New!) Innovations from organizations in the U.S., Canada, and Mexico that tackle their home countries' biggest challenges</p> <p>On the Rise (0-3 Years in Business) (New!) Breakthroughs from organizations that have been in business from between 0-3 years</p> <p>Transportation Technologies relating to automotive, autonomy, mass transit, and beyond</p> <p>Workplace and Productivity Tools for business productivity, collaboration, hiring, and HR</p> <p>Next Big Things in Tech: International (New!) Innovations from organizations headquartered outside of North America, including both those for domestic markets and ones with global reach</p> <p>Small and Mighty Organizations that have fewer than 50 employees with big ideas that put them at the vanguard of the next generation of technology</p>
--	---



NBIC

NBIC

Nano (techno, matériaux, graphène, H)

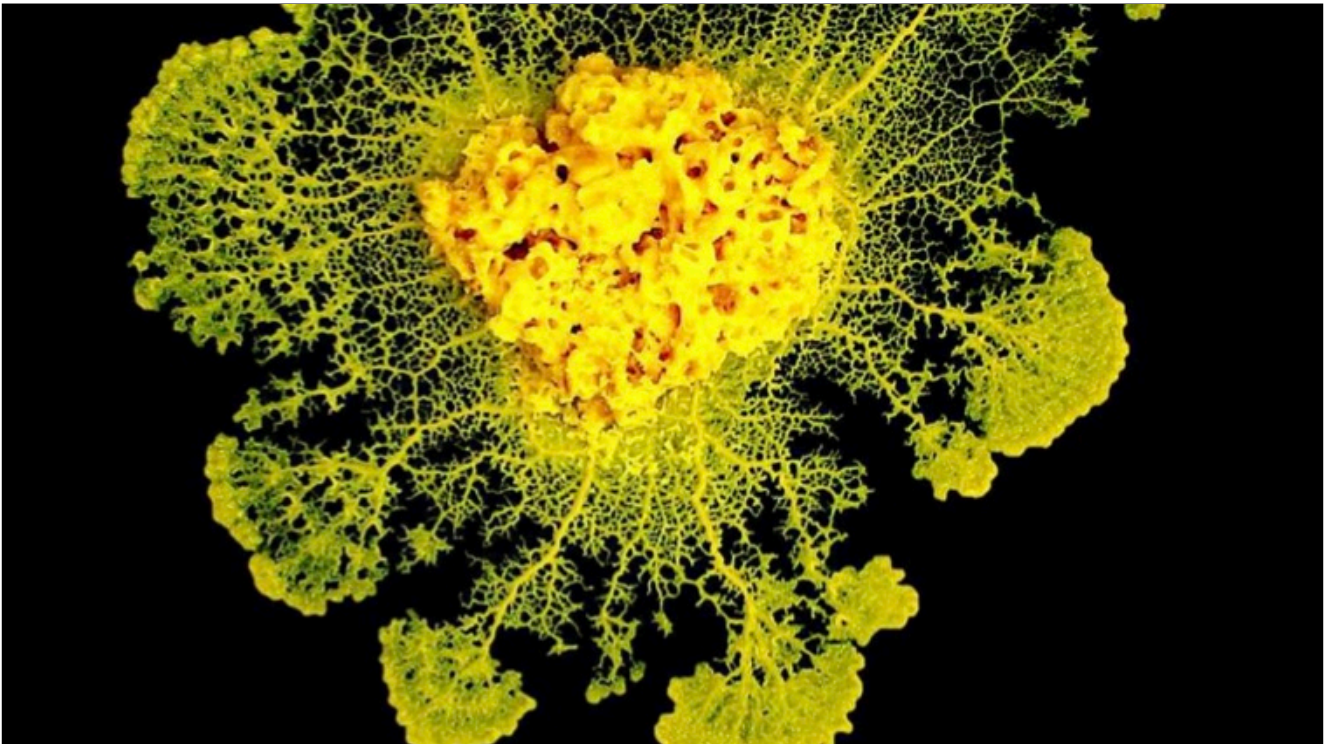
Bio (techno, mimétisme, blob, axolotl)

Informatique (IOT, 3Dprint, Additiv, Blockchain, Quantique, Algorithmes, cybersécurité)

Cognitif (IOB, IA, ML, MOOC, edTech, apprentissage adaptif, SGE,)



255



256

																		<div style="display: flex; justify-content: space-around; background-color: #0070C0; color: white; padding: 5px;"> <div style="text-align: center;">27 Co Cobalt</div> <div style="text-align: center;">25 Mn Manganese</div> <div style="text-align: center;">28 Ni Nickel</div> <div style="text-align: center;">6 C Carbon (Graphite)</div> </div>																													
1 H Hydrogen																	2 He Helium																														
3 Li Lithium	4 Be Beryllium											5 B Boron	6 C Carbon	7 N Nitrogen	8 O Oxygen	9 F Fluorine	10 Ne Neon																														
11 Na Sodium	12 Mg Magnesium											13 Al Aluminium	14 Si Silicon	15 P Phosphorus	16 S Sulfur	17 Cl Chlorine	18 Ar Argon																														
19 K Potassium	20 Ca Calcium	21 Sc Scandium	22 Ti Titanium	23 V Vanadium	24 Cr Chromium	25 Mn Manganese	26 Fe Iron	27 Co Cobalt	28 Ni Nickel	29 Cu Copper	30 Zn Zinc	31 Ga Gallium	32 Ge Germanium	33 As Arsenic	34 Se Selenium	35 Br Bromine	36 Kr Krypton																														
37 Rb Rubidium	38 Sr Strontium	39 Y Yttrium	40 Zr Zirconium	41 Nb Niobium	42 Mo Molybdenum	43 Tc Technetium	44 Ru Ruthenium	45 Rh Rhodium	46 Pd Palladium	47 Ag Silver	48 Cd Cadmium	49 In Indium	50 Sn Tin	51 Sb Antimony	52 Te Tellurium	53 I Iodine	54 Xe Xenon																														
55 Cs Cesium	56 Ba Barium	57-71 La-Lu Lanthanides	72 Hf Hafnium	73 Ta Tantalum	74 W Tungsten	75 Re Rhenium	76 Os Osmium	77 Ir Iridium	78 Pt Platinum	79 Au Gold	80 Hg Mercury	81 Tl Thallium	82 Pb Lead	83 Bi Bismuth	84 Po Polonium	85 At Astatine	86 Rn Radon																														
87 Fr Francium	88 Ra Radium	89-103 Ac-Lr Actinides	104 Rf Rutherfordium	105 Db Dubnium	106 Sg Seaborgium	107 Bh Bohrium	108 Hs Hassium	109 Mt Meitnerium	110 Ds Darmstadtium	111 Rg Roentgenium	112 Cn Copernicium	113 Nh Nihonium	114 Fl Flerovium	115 Mc Moscovium	116 Lv Livermorium	117 Ts Tennessine	118 Og Oganesson																														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>57 La Lanthanum</td> <td>58 Ce Cerium</td> <td>59 Pr Praseodymium</td> <td>60 Nd Neodymium</td> <td>61 Pm Promethium</td> <td>62 Sm Samarium</td> <td>63 Eu Europium</td> <td>64 Gd Gadolinium</td> <td>65 Tb Terbium</td> <td>66 Dy Dysprosium</td> <td>67 Ho Holmium</td> <td>68 Er Erbium</td> <td>69 Tm Thulium</td> <td>70 Yb Ytterbium</td> <td>71 Lu Lutetium</td> </tr> <tr> <td>89 Ac Actinium</td> <td>90 Th Thorium</td> <td>91 Pa Protactinium</td> <td>92 U Uranium</td> <td>93 Np Neptunium</td> <td>94 Pu Plutonium</td> <td>95 Am Americium</td> <td>96 Cm Curium</td> <td>97 Bk Berkelium</td> <td>98 Cf Californium</td> <td>99 Es Einsteinium</td> <td>100 Fm Fermium</td> <td>101 Md Mendelevium</td> <td>102 No Nobelium</td> <td>103 Lr Lawrencium</td> </tr> </table>																		57 La Lanthanum	58 Ce Cerium	59 Pr Praseodymium	60 Nd Neodymium	61 Pm Promethium	62 Sm Samarium	63 Eu Europium	64 Gd Gadolinium	65 Tb Terbium	66 Dy Dysprosium	67 Ho Holmium	68 Er Erbium	69 Tm Thulium	70 Yb Ytterbium	71 Lu Lutetium	89 Ac Actinium	90 Th Thorium	91 Pa Protactinium	92 U Uranium	93 Np Neptunium	94 Pu Plutonium	95 Am Americium	96 Cm Curium	97 Bk Berkelium	98 Cf Californium	99 Es Einsteinium	100 Fm Fermium	101 Md Mendelevium	102 No Nobelium	103 Lr Lawrencium
57 La Lanthanum	58 Ce Cerium	59 Pr Praseodymium	60 Nd Neodymium	61 Pm Promethium	62 Sm Samarium	63 Eu Europium	64 Gd Gadolinium	65 Tb Terbium	66 Dy Dysprosium	67 Ho Holmium	68 Er Erbium	69 Tm Thulium	70 Yb Ytterbium	71 Lu Lutetium																																	
89 Ac Actinium	90 Th Thorium	91 Pa Protactinium	92 U Uranium	93 Np Neptunium	94 Pu Plutonium	95 Am Americium	96 Cm Curium	97 Bk Berkelium	98 Cf Californium	99 Es Einsteinium	100 Fm Fermium	101 Md Mendelevium	102 No Nobelium	103 Lr Lawrencium																																	

257



258

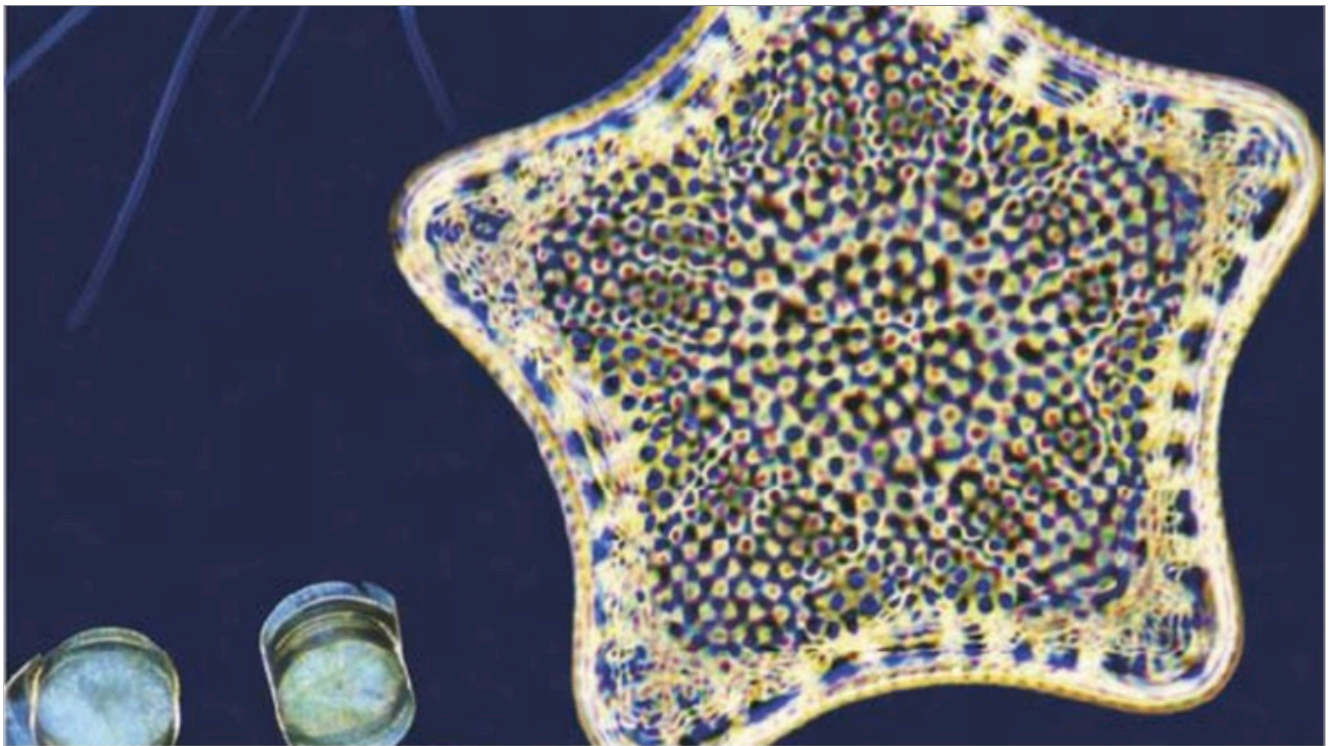


Pivert

protection du cerveau pendant les chocs

boite noire avion + boxeur

259



260



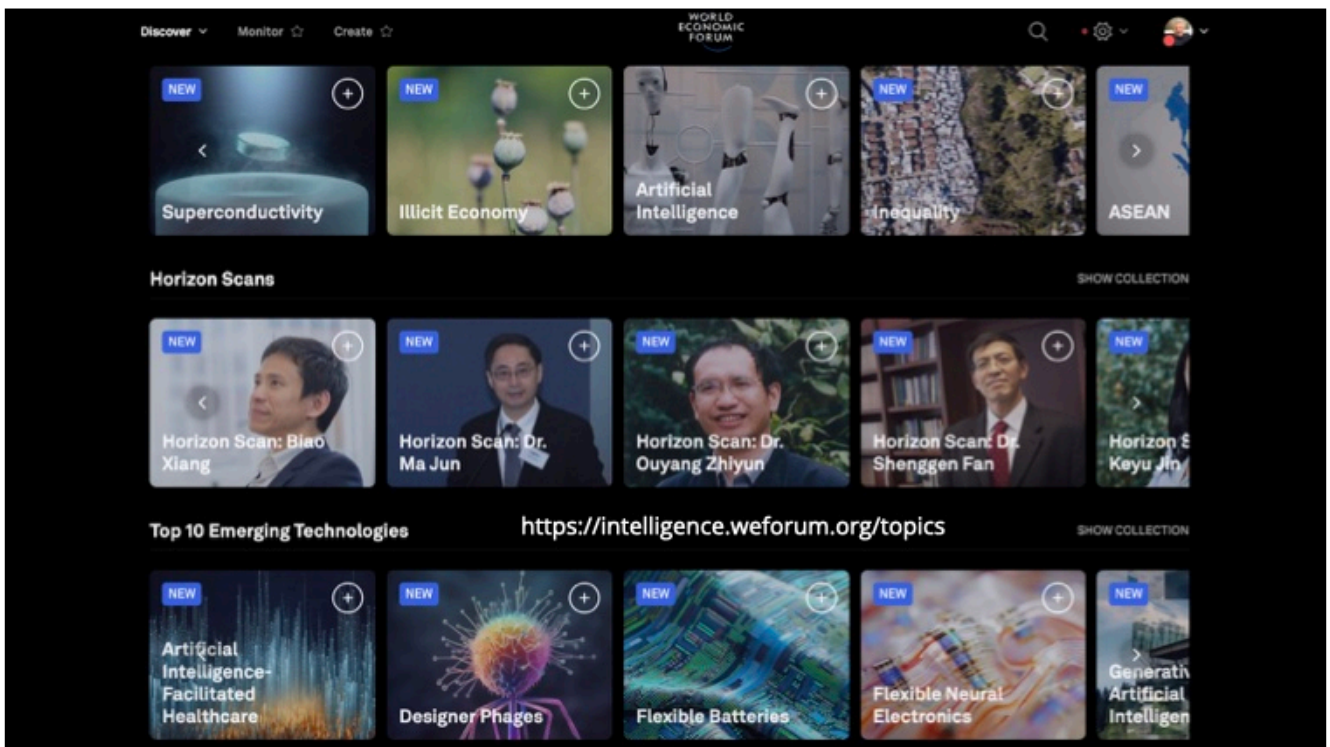
261



262



263



264

Gartner.

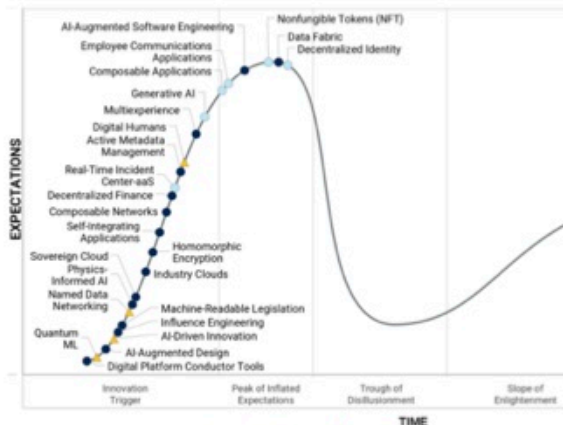
Top Strategic Technology Trends for 2022



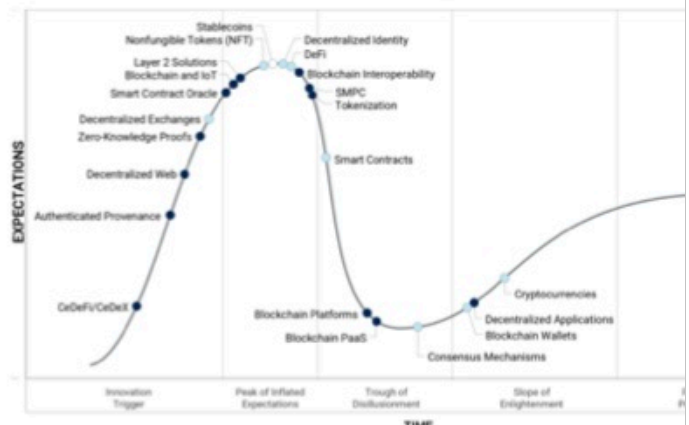
265

Gartner Hype Cycle

Hype Cycle for Emerging Technologies, 2021



Hype Cycle for Blockchain, 2021



Gartner.

266

WorkShop

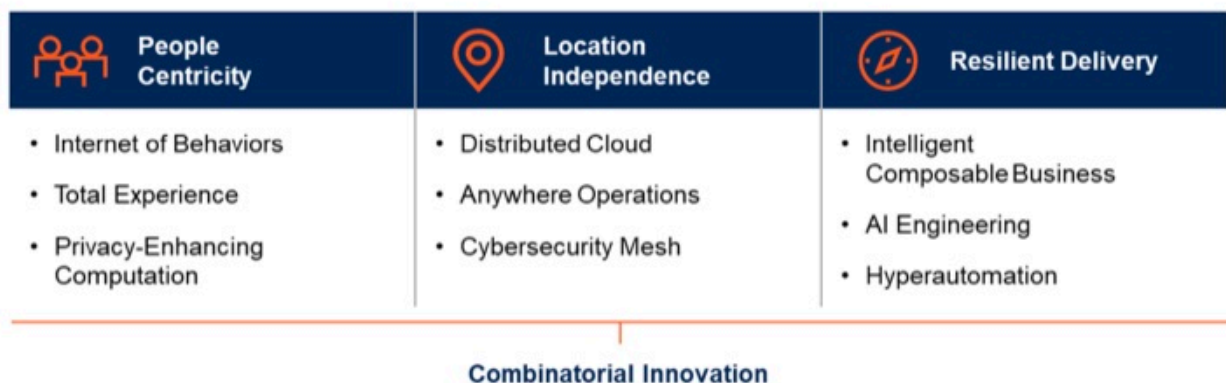
Les 9 tendances technologiques



Les 9 tendances technologiques



Top Strategic Technology Trends for 2021



Source: Gartner
735310_C



Gartner.

facebook horizon metaverse



horizon
Explore. Play. Create. Together.

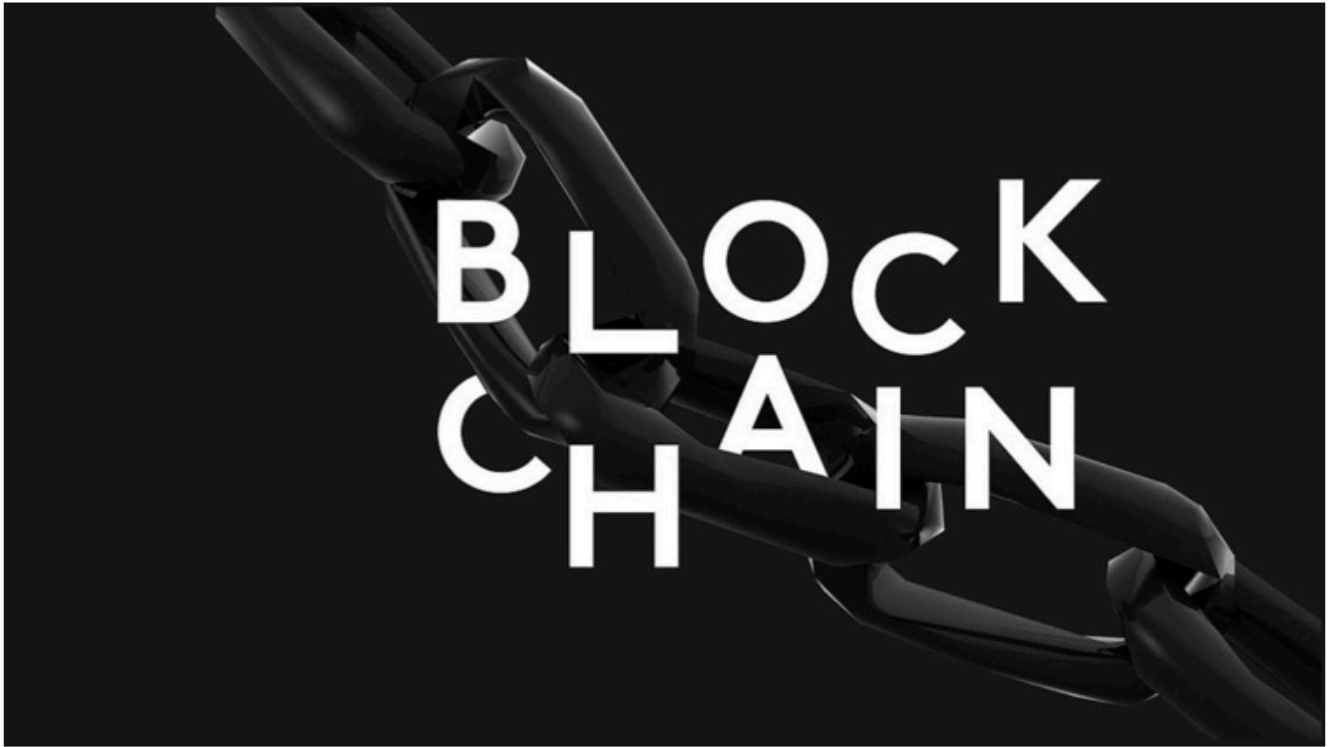
≈ diem



271



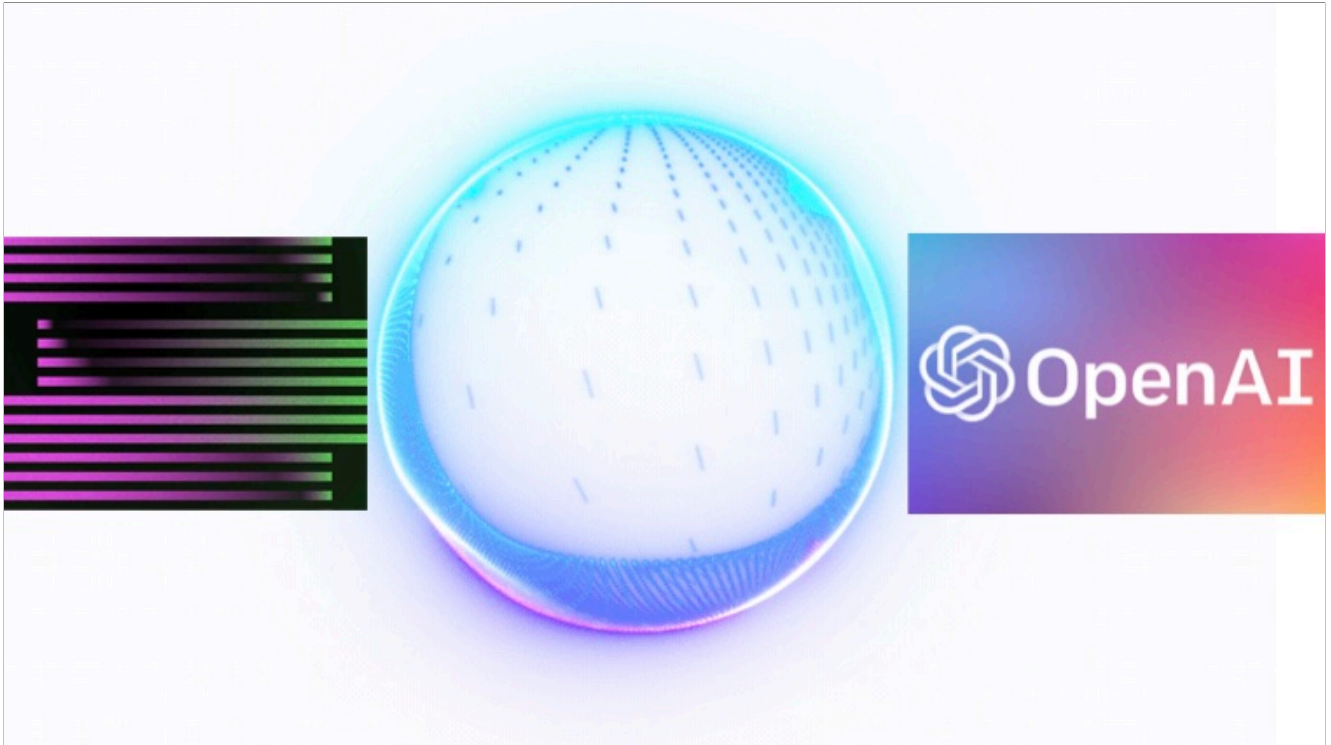
272



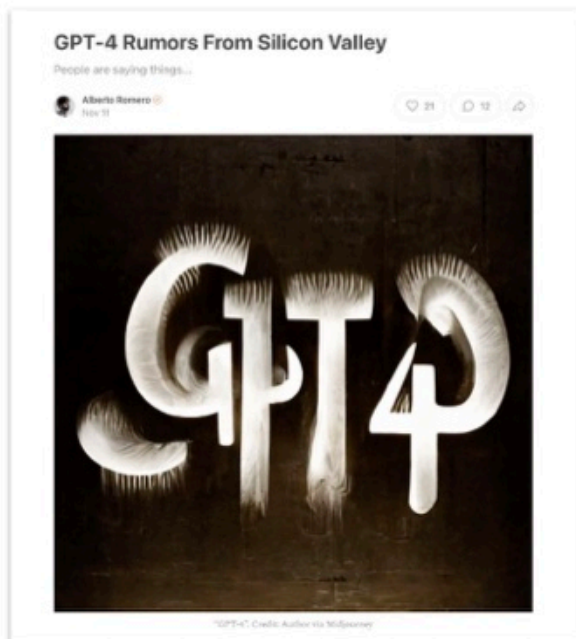
273



274



275



***GPT-4 rumored to be
500X more powerful
than GPT-3***

GPT-3: 175 billion parameters

GPT-4: 100 trillion parameters?

276

workshop

hubertkratiroff

06 80 43 29 05

hubert@kratiroff.com
linkedin.com/in/kratiroff
@kratiroff

277

**Act
Think
Impact**

G

SAMSUNG

278

~~SWOT~~

279

VUCA

280

~~SWOT~~ Volatility
 Uncertainty
 Complexity
 Ambiguity



HBR
2014

<https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you>

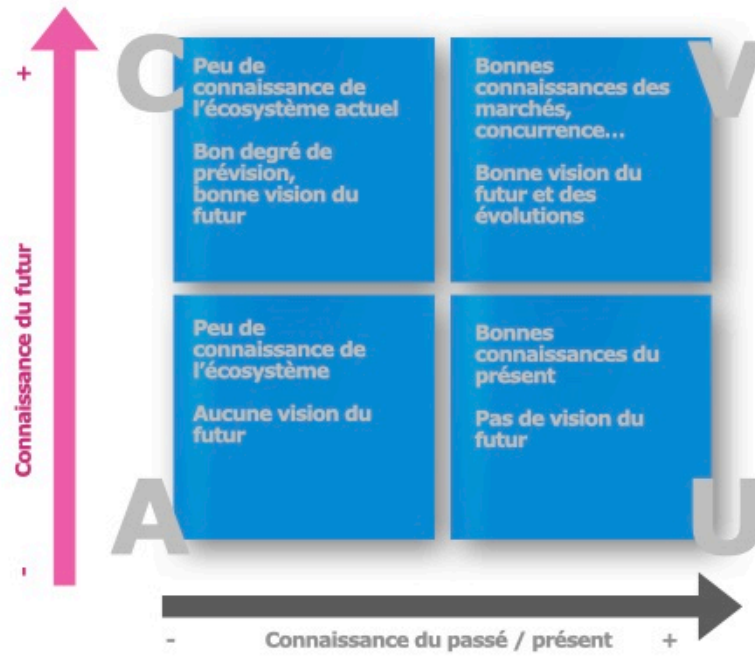
Nathan Bennett et G. James Lemoine
« What VUCA Really Means for You. »
Harvard Business Review, 01/ 2014.

HOW WELL CAN YOU PREDICT THE RESULTS OF YOUR ACTIONS?	<p>complexity</p> <p>Characteristics: The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available or can be predicted, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.</p> <p>Example: You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural values.</p> <p>Approach: Restructure, bring on or develop specialists, and build up resources adequate to address the complexity.</p>	<p>volatility</p> <p>Characteristics: The challenge is unexpected or unstable and may be of unknown duration, but it's not necessarily hard to understand; knowledge about it is often available.</p> <p>Example: Prices fluctuate after a natural disaster takes a supplier off-line.</p> <p>Approach: Build in slack and devote resources to preparedness—for instance, stockpile inventory or overbuy talent. These steps are typically expensive; your investment should match the risk.</p>
	<p>ambiguity</p> <p>Characteristics: Causal relationships are completely unclear. No precedents exist; you face "unknown unknowns."</p> <p>Example: You decide to move into immature or emerging markets or to launch products outside your core competencies.</p> <p>Approach: Experiment. Understanding cause and effect requires generating hypotheses and testing them. Design your experiments so that lessons learned can be broadly applied.</p>	<p>uncertainty</p> <p>Characteristics: Despite a lack of other information, the event's basic cause and effect are known. Change is possible but not a given.</p> <p>Example: A competitor's pending product launch muddies the future of the business and the market.</p> <p>Approach: Invest in information—collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural changes, such as adding information analysis networks, that can reduce ongoing uncertainty.</p>



— HOW MUCH DO YOU KNOW ABOUT THE SITUATION? +

VUCA Simplifié



283

VUCA

VOLATILITY

Equity, bond and currency market volatility; the lack of stability and predictability.

UNCERTAINTY

The potential change in the inflation index calculation, the potential switch to "smoothing" for pension funds calculating their recovery plan; the lack of ability to foresee what major changes might come.

COMPLEXITY

In understanding these financial markets in the era of the "new normal". The proliferation and increasing complexity of new financial instruments and regulation to deal with increasingly complex markets, moving in ways experts have never seen before.

AMBIGUITY

The resulting feeling. Is this the great rotation from bonds to equities? Or will bond yields stay low for longer? What is the best course of action?



284

Bob Dylan

BOB DYLAN HIGHWAY 61 REVISITED



Kendrick Lamar



285

PSY 5 milliards de vues YouTube : 6M€ de droit +

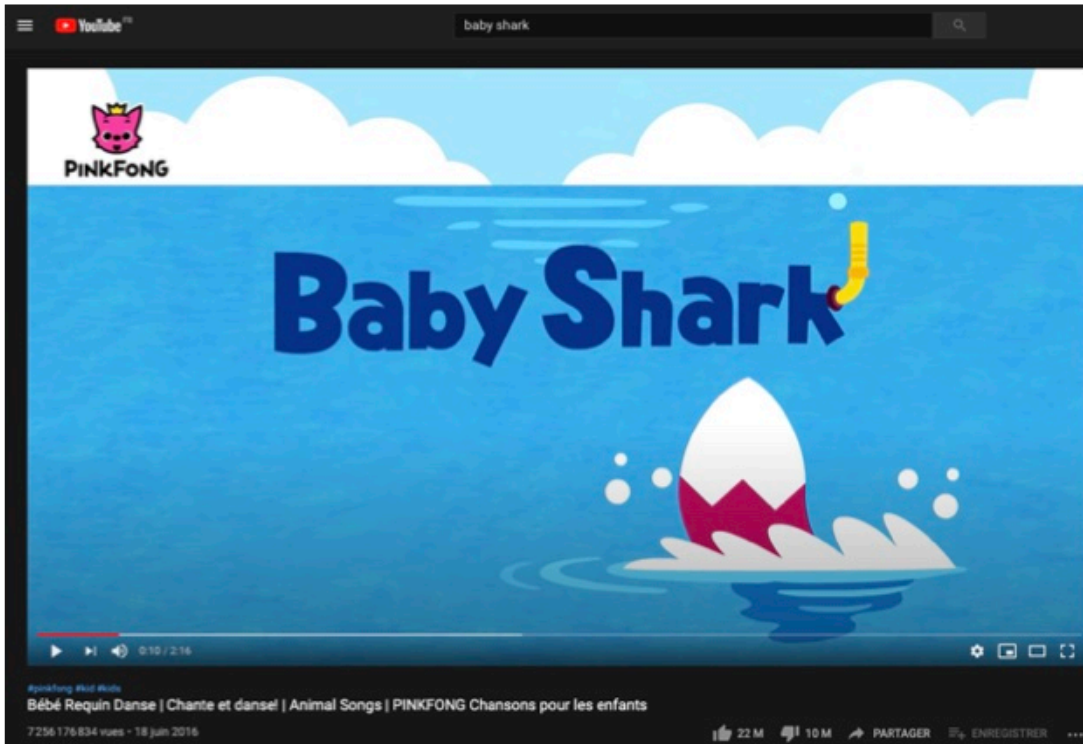


PSY #PSY #GANGNAMSTYLE
PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V

3 508 681 756 vues • 15 juil. 2012

👍 17 M 🗨️ 2,3 M ➔ PARTAGER 📌 ENREGISTRER ...

286



13B

287



288



Carrefour de
Shibuya à Tokyo
Le plus grand
carrefour du
monde

289



290

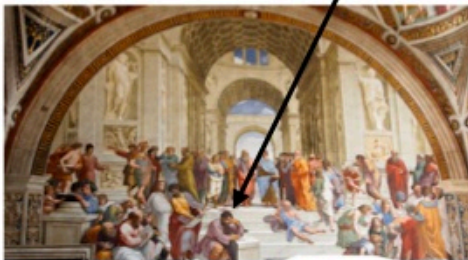


Post guerre froide : une situation non manichéenne, plus délicate à analyser

291

On ne se baigne jamais deux fois dans le même fleuve

Héraclite



Le monde est une branloire pérenne

Montaigne



292

VUCA

Incertitude

—
Pas vision des conséquences / bonne connaissance
Uncertainty
en place de test ou utilisation de modèle prédictif

Ambiguïté

—
Peu de vision & peu de connaissance
On ne sait pas ce qu'on ne connaît pas



Volatilité

—
Bonne vision, bonne connaissance
Gestion du temps de transition et des plannings

Complexité

—
Bonne vision, manque de connaissance
Vision claire du futur
Pas assez de données sur le marché, la concurrence...

293

Harvard Business Review

46 Strategy
Four Paths to Business
Model Innovation
Karan Girotra and Serguei Netessine

104 The HBR Interview
Lenovo CEO
Yang Yuanqing on
the PC's Future

42 The Big Idea
The Crisis in
Retirement Planning
Robert C. Martin



The New Basics of
MARKETING

294

VUCA

VOLATILITY

Equity, bond and currency market volatility; the lack of stability and predictability.

UNCERTAINTY

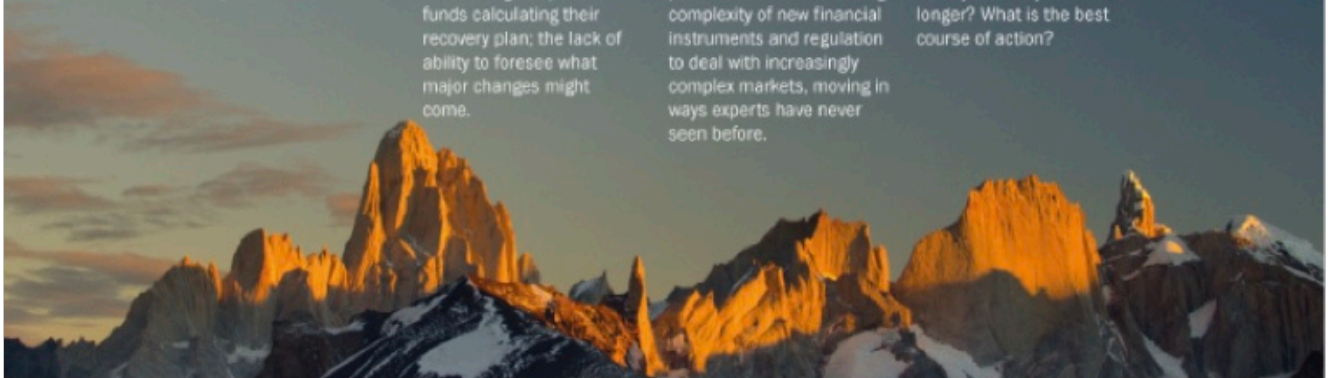
The potential change in the inflation index calculation, the potential switch to "smoothing" for pension funds calculating their recovery plan; the lack of ability to foresee what major changes might come.

COMPLEXITY

In understanding these financial markets in the era of the "new normal". The proliferation and increasing complexity of new financial instruments and regulation to deal with increasingly complex markets, moving in ways experts have never seen before.

AMBIGUITY

The resulting feeling. Is this the great rotation from bonds to equities? Or will bond yields stay low for longer? What is the best course of action?






HBR
2014
<https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you>

Nathan Bennett et G. James Lemoine
« What VUCA Really Means for You. »
Harvard Business Review, 01/ 2014.

HOW WELL CAN YOU PREDICT THE RESULTS OF YOUR ACTIONS?	<p>complexity</p> <p>Characteristics: The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available or can be predicted, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.</p> <p>Example: You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural values.</p> <p>Approach: Restructure, bring on or develop specialists, and build up resources adequate to address the complexity.</p>	<p>volatility</p> <p>Characteristics: The challenge is unexpected or unstable and may be of unknown duration, but it's not necessarily hard to understand; knowledge about it is often available.</p> <p>Example: Prices fluctuate after a natural disaster takes a supplier off-line.</p> <p>Approach: Build in slack and devote resources to preparedness—for instance, stockpile inventory or overbuy talent. These steps are typically expensive; your investment should match the risk.</p>
HOW MUCH DO YOU KNOW ABOUT THE SITUATION?	<p>ambiguity</p> <p>Characteristics: Causal relationships are completely unclear. No precedents exist; you face "unknown unknowns."</p> <p>Example: You decide to move into immature or emerging markets or to launch products outside your core competencies.</p> <p>Approach: Experiment. Understanding cause and effect requires generating hypotheses and testing them. Design your experiments so that lessons learned can be broadly applied.</p>	<p>uncertainty</p> <p>Characteristics: Despite a lack of other information, the event's basic cause and effect are known. Change is possible but not a given.</p> <p>Example: A competitor's pending product launch muddies the future of the business and the market.</p> <p>Approach: Invest in information—collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural changes, such as adding information analysis networks, that can reduce ongoing uncertainty.</p>



VUCA : NIKE with colin kaepernick



297

HOW WELL CAN YOU PREDICT THE

ambiguity

Characteristics: Causal relationships are completely unclear. No precedents exist; you face “unknown unknowns.”

Example: You decide to move into immature or emerging markets or to launch products outside your core competencies.

Approach: Experiment. Understanding cause and effect requires generating hypotheses and testing them. Design your experiments so that lessons learned can be broadly applied.

uncertainty

Characteristics: Despite a lack of other information, the event’s basic cause and effect are known. Change is possible but not a given.

Example: A competitor’s pending product launch muddies the future of the business and the market.

Approach: Invest in information—collect, interpret, and share it. This works best in conjunction with structural changes, such as adding information analysis networks, that can reduce ongoing uncertainty.

— HOW MUCH DO YOU KNOW ABOUT THE SITUATION? +

298

+

complexity

Characteristics: The situation has many interconnected parts and variables. Some information is available or can be predicted, but the volume or nature of it can be overwhelming to process.

Example: You are doing business in many countries, all with unique regulatory environments, tariffs, and cultural values.

Approach: Restructure, bring on or develop specialists, and build up resources adequate to address the complexity.

volatility

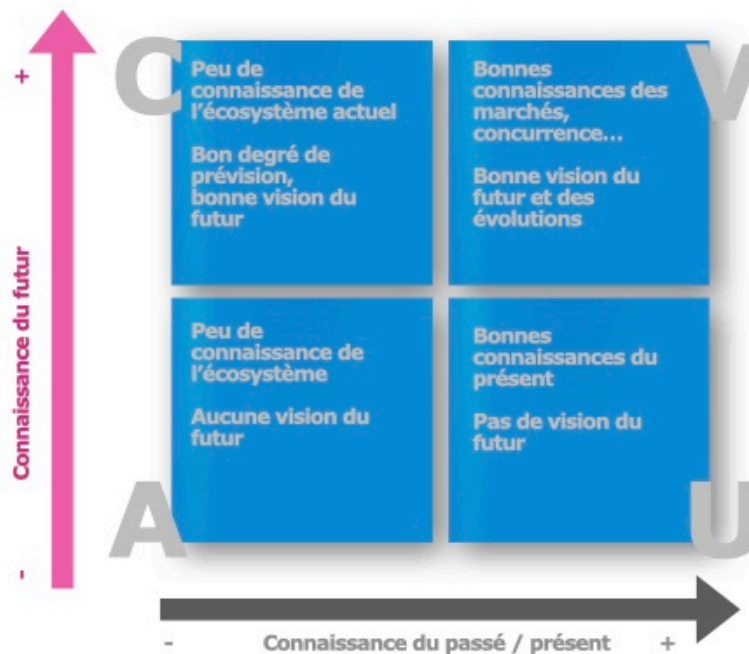
Characteristics: The challenge is unexpected or unstable and may be of unknown duration, but it's not necessarily hard to understand; knowledge about it is often available.

Example: Prices fluctuate after a natural disaster takes a supplier off-line.

Approach: Build in slack and devote resources to preparedness—for instance, stockpile inventory or overbuy talent. These steps are typically expensive; your investment should match the risk.

THE RESULTS OF YOUR ACTIONS?

VUCA Simplifié



VUCA
outil militaire
adaptation
aux
conditions
post guerre
froide

HBR 2014

complète
bien le
SWOT

Volatilité Incertitude Complexité Ambiguïté

4 types de situations qui demandent 4 types de réponses (avec un autre VUCA : Vision, Understanding, Clarity, Agility)

Généralement non cumulable ou plutôt avec une dominante
Planification agile et adaptative en environnement incertain
Utile pour décider dans un marché marqué par l'une des dominantes

La planification à trois ans dans un environnement VUCA est impossible tant le nombre d'inconnu est grand : comment « savoir ce qu'il faut faire, quand personne ne sait ce qu'il faut faire »

L'adaptation et la capacité à apprendre vite sont cruciaux :
«Every day I'm learning something new" Sir Richard Branson - Virgin Group

«La confiance de l'oiseau ne vient pas de la solidité de la branche ... mais de sa capacité à voler»

301

VUCA Deux axes

2 axes

+ ... -

1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation

La masse d'informations est suffisante pour connaître l'environnement ?

L'information est disponible ?

Nous disposons de temps pour chercher l'information

2/ Capacité à prédire les conséquences des décisions / Qualité des prédictions des effets des actions

Le marché est-il apprivoisé ?

Dispose-t-on de modèles de réussite ou d'échec ?

Quelle est notre expérience sur les réactions du marché ?

matrice 2x2
4 cases

Bonne connaissance et bonne anticipation

Bonne connaissance MAIS pas d'anticipation

Manque d'info MAIS bonne anticipation

Manque d'info ET aucune anticipation

Volatilité

Incertitude (Uncertainty)

Complexité

Ambiguïté

302

Volatilité (vitesse)

Détail

Situation non stable, qui change et évolue rapidement. la vitesse des changements augmente avec des fluctuations sans tendance claire
instabilité pour un durée inconnue
facile à comprendre, bien documenté , habituel

Des 4 situations c'est la plus facile à appréhender, la difficulté vient de la vitesse, de la rapidité et des délais de réaction (difficulté 2/5)

PAR EXEMPLE : la fluctuation des cours du pétrole :les prix d'approvisionnements sont impossibles à réguler

les décisions doivent être claires et partagées par tous rapidement (exemple : un objectif général de conserver une rentabilité de x %).

Le décideur doit aussi être à l'écoute des mouvements du marché et avoir prévu des moyens d'amortir les fluctuations pour limiter leur impact, en phase avec la rentabilité recherchée (exemple : établir des stocks suffisants mais limités car ils engendrent des coûts élevés)

Bonne connaissance de la situation Bonne prévisibilité des actions Les informations sont disponibles, elles sont simples ; les effets des actions sont prévisibles. Mais la question est le temps : quelle est la durée de cette situation.

C'est volatile. Il faut agir vite, être prêt à pivoter et rester agile !

Incertitude Uncertainty

Détail

La situation n'est prévisible, ni certaine. Le présent n'est pas clair et le futur encore moins, impossible de planifier sans compréhension du présent
les effets sont connus, documentés, mais leur arrivée est incertaine

Difficulté moyenne (difficulté 3/5)

PAR EXEMPLE : si un concurrent lance un nouveau produit (ce qui n'est pas certain) ALORS il se passera une guerre des prix

les décisions prises dans ce cas nécessitent de s'asseoir sur une bonne connaissance des données économiques. Le recueil et le traitement de données permettent de limiter l'incertitude et d'optimiser les chances de succès. La prise de décisions se fait aussi en faisant appel à des experts capables d'apporter des solutions innovantes issues de l'analyse des données

Bonne connaissance de la situation Pas de prévisibilité des actions

Beaucoup d'information disponible mais pas de modèle ou d'antécédent.

C'est incertain. Il faut se lancer pour avoir la première expérience qui sera un atout concurrentiel.

VUCA

Complexité

Détail

La situation n'est pas simple, ni linéaire et il n'y a pas d'analyse, d'explication ou de solution simples, arbre de décision complexe, facteur de décision multiple (PESTEL)

Les données sont multiples et complexes

Il est possible de prédire et réfléchir à chacune des occurrences, mais leur multiplicité rend le raisonnement difficile

Difficulté moyenne (difficulté 3/5)

PAR EXEMPLE : les groupes de consommateurs réagissent différemment aux FakeNews
décisions doivent être collaboratives car les facteurs à analyser sont multiples. L'appel à de nombreux experts est indispensable pour maîtriser tous les paramètres en jeu. Exemple de choix à faire : prendre de décisions liées à des marchés hétérogènes où chacun possède ses propres règles et coutumes

Faible connaissance de la situation Bonne prévisibilité des actions

Beaucoup de variables interconnectées.

Pris individuellement, les effets sont simples et connus. Mais le nombre et la diversité font la difficulté. C'est complexe. Il faut diviser en petite entité et s'adresser à des spécialistes puis refaire la synthèse

VUCA

Ambiguïté

Détail

Situation très floue. Pas de rapport évident entre cause et effet/conséquence manque de clarté sur la signification d'un événement difficile de prédire l'impact des initiatives

on ne connaît pas cet inconnu avec une situation sans précédent

aucune connaissance, aucune documentation, aucun antécédent

il faut faire des hypothèses

C'est la plus difficile des 4 situations (difficulté 5/5)

PAR EXEMPLE : si un État interdit la circulation des camions

les décisions à prendre dans cet environnement sont difficiles car les forces en présence ne sont pas identifiées, l'entreprise doit faire des choix « pour la première fois », sans faire appel à son expérience. Exemple de situation : décider de lancer des produits en dehors de son cœur de métier ou se développer sur des marchés émergents

Faible connaissance de la situation Pas de prévisibilité des actions La situation est inconnue, les développements et évolutions sont impossibles à prévoir. Les éventuelles actions auront des effets imprévisibles. Il n'y a rien de comparable. C'est ambigu.

Test and learn par petite touche en limitant les risques.

VUCA

Concurrence
Attentes clients
Talent
Technologie
Parties prenantes
Économie

C

Notre concurrence est composée à la fois de multinationales, de PME de TPE et d'auto-entrepreneurs
Nous souhaitons vendre nos produits dans un marché sur lequel nous n'avons aucune expérience et information disponible
Nous avons besoin de talents déposant déjà de leur réseau d'expertise
Nous maintenons un portefeuille de technologies qui demandent des équipements et des logiciels de niche
Nous avons de nombreux fournisseurs dont les retards de livraisons peuvent avoir des conséquences durables sur la production
Nous vendons dans 10 pays disposant chacun de leur propre spécificités et de leurs lois

A

Nous répondons à un appel d'offre en collaboration avec un concurrent pour apporter une réponse globale.
Nous cibons plusieurs segments clients dont les attentes sont contradictoires
Nous avons besoin de personnes capables de développer des compétences qui n'existent pas encore
Notre offre soit en même temps obsolète et avant-garde selon le pays et le segment de marché
Nous souhaitons trouver des fournisseurs plus efficaces dans pays où il est difficile de trouver des informations.
Nous vendons sur un marché ayant à la fois une clientèle mature et une clientèle qu'il faut former

V

Dans notre industrie, certains concurrents font des réductions importantes qui
De plus en plus de nos clients prennent en compte les notations en ligne, ce qui a un effet exponentiel sur nos ventes.
La rapidité des changements d'attente des candidats affecte notre attractivité.
Il y a des améliorations technologiques qui remettent en cause notre business model
Nos fournisseurs sont susceptibles d'être affecté par un confinement ou la météo
Nos exports sont sujets à d'imprévisibles changements de frais de change et de tarifs

U

Le lancement d'un produit concurrent prévue à une date qui nous est inconnue rend l'avenir imprévisible
Un de nos segments clients est en train de changer mais nous n'en comprenons pas encore la raison.
Nous recrutons des seniors et des millénials mais ignorons s'ils vont rester.
Une nouvelle technologie ours de développement pourrait rendre nos produits obsolètes du jour au lendemain
Des fournisseurs vont fusionner, ce qui va augmenter nos prix et affecter notre approvisionnement.
Un composant de notre procédé de production risque de devenir interdit mais nous ignorons quand

VUCA Simplifié

Contrairement à SWOT ou PESTEL toutes les cases ne sont pas remplies à l'instant T.
A chaque étape, le décideur se trouve dans une case qui nécessite une certaine attitude
Outil militaire post guerre froide

2/ Capacité à prédire les conséquences des décisions /
Qualité des prédictions des effets des actions

Décision multifactorielle
il faut mieux analyser et clarifier la situation

Seule la vitesse des changements augmente
il faut suivre la vision de la stratégie et l'adapter

La solution est inconnue dans un environnement instable
il faut de l'agilité pour imaginer le futur

La stabilité actuelle n'aide pas l'adaptation au futur
il faut mieux comprendre les réactions face à nos actions

CV
AU

1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation

VUCA

Exemple Politique

Attendre l'inattendu

(voir aussi le brexit ou
l'élection de Trump
ou encore le
printemps arabe)

C

2020 élection mairie
de Paris, les
conséquences des
programmes et
alliances sont
connues mais l'état
de la situation n'est
pas clair

2019 réforme des
retraites, la situation
et les projections
sont claires. Les
forces en présence
défendent un point
de vue clair.
Comment cela va-t-il
tourner ?

V

A

2017 Macron devient
président
La situation n'est pas
claire et les
conséquences des
actions non plus

2018 les gilets
jaunes manifestent
La situation est claire
mais les
conséquences
restent inconnues

U

309

VUCA

Exemple Ferrero

Huile de palme
Prix bas
Ségolène Royale

C

**Ferrero peut il
envoyer des produits
dans les pays où les
enfants sont mal
nourris**



**L'image RSE de
Ferrero est mauvaise
(par rapport à
Danone)
Les consommateurs
pourraient boycotter
les produits du
groupe.
Ferrero doit-il
participer au
replantage des forêts**

V

A

**Ferrero doit il
financer la recherche
sur des nouveaux
nutriments bio,
vegan, respectueux,
inclusif.**



**Nutella : les
problèmes de l'huile
de palme sont bien
connus.
Mais les
conséquences du
maintien de la
production sont flous**

U



310

VUCA

Exemple
NIKE

La campagne de l'année 2018 : NIKE Believe in something avec Colin Kaepernick



C

Nike peut retirer sa campagne et présenter des excuses

V

Nike peut arrêter toute communication pendant quelques mois et tester régulièrement la capacité d'oubli

A

Si la communication ne «passe» pas est ce que Nike est réellement prêt à TOUT perdre ?

U

Comment vont réagir les utilisateurs face à une telle pub (dans un premier temps rejet, puis ensuite adoption)

VUCA

Exemple
SAFRAN

Le fly shame (flygskame) lancé par Greta Thunberg Suite du 737MAX



C

Quel sera le prochain mode de transport ostracisé ? (camion, voiture, diesel, électrique, avion...)

V

L'aérien est-il trop consommateur d'énergie fossile, trop producteur de CO2 ou trop bruyant ?

A

Doit on faire des recherches sur un moteur qui consomme moins ou électrique ?

U

Le nombre de passagers et le fret vont ils baisser pour des raisons écologiques

VUCA

Exemple
RENAULT

La voiture électrique
L'emprisonnement de
Carlos Ghosn



RENAULT

C

Faut-il renforcer
l'électrique ou dé-
polluer le moteur à
explosion ?

Fallait-il fusionner
avec Fiat ou laisser
PSA le faire ?

V

A

Faut-il défendre
l'ancien président
emprisonné au
Japon (puis évadé au
Liban) ?

Nissan doit elle
prendre plus de place
dans l'Alliance ?

U

313

VUCA

Exemple
ECOLE SUP

Les diplômes
Les MOOC
Les formations pro

C

Faut-il lancer toutes
les formations en
MOOC à distance et
gratuite quitte à vider
l'école ?

L'effet des classements
et accréditations dans
le nombre de candidat

V

A

Les recruteurs
seront-ils toujours
aussi attachés aux
diplômes ?

Quid des nouveaux
classements qui
pourraient apparaître
?

U

314

VUCA Simplifié

Contrairement à SWOT ou PESTEL toutes les cases ne sont pas remplies à l'instant T. A chaque étape, le décideur se trouve dans une case qui nécessite une certaine attitude Outil militaire post guerre froide

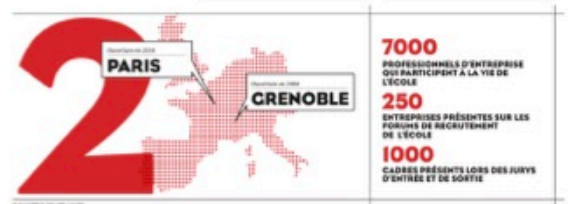
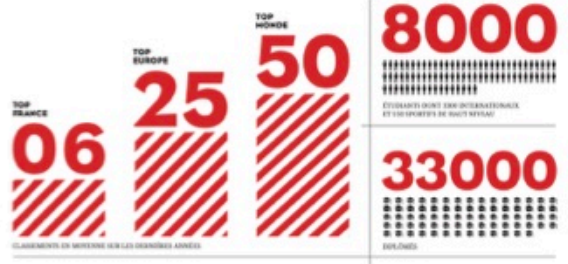
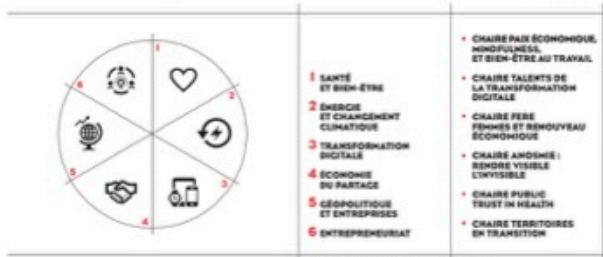
2/ Capacité à prédire les conséquences des décisions / Qualité des prédictions des effets des actions


<p>Décision multifactorielle</p> <p>il faut mieux analyser et clarifier la situation</p>	<p>Seule la vitesse des changements augmente</p> <p>il faut suivre la vision de la stratégie et l'adapter</p>
<p>La solution est inconnue dans un environnement instable</p> <p>il faut de l'agilité pour imaginer le futur</p>	<p>La stabilité actuelle n'aide pas l'adaptation au futur</p> <p>il faut mieux comprendre les réactions face à nos actions</p>

CV AU

1/ Niveau de connaissance sur l'écosystème, l'environnement et la situation

L'école en quelques chiffres.









**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
UNIVERSITY OF GRENoble

En rejoignant Grenoble Ecole de Management, vous faites le choix d'une école réellement engagée. Notre mission et notre raison d'être : apporter des réponses, par la formation et la recherche, aux grands défis de la transition écologique, sociale et économique, et contribuer à un monde plus résilient, plus juste, plus pacifique, plus responsable.

grenoble-em.com

 12 rue Pierre Sézard - 38000 Grenoble
183 avenue Jean Lolive - 93500 Pantin

**Act
Think
Impact**

317

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

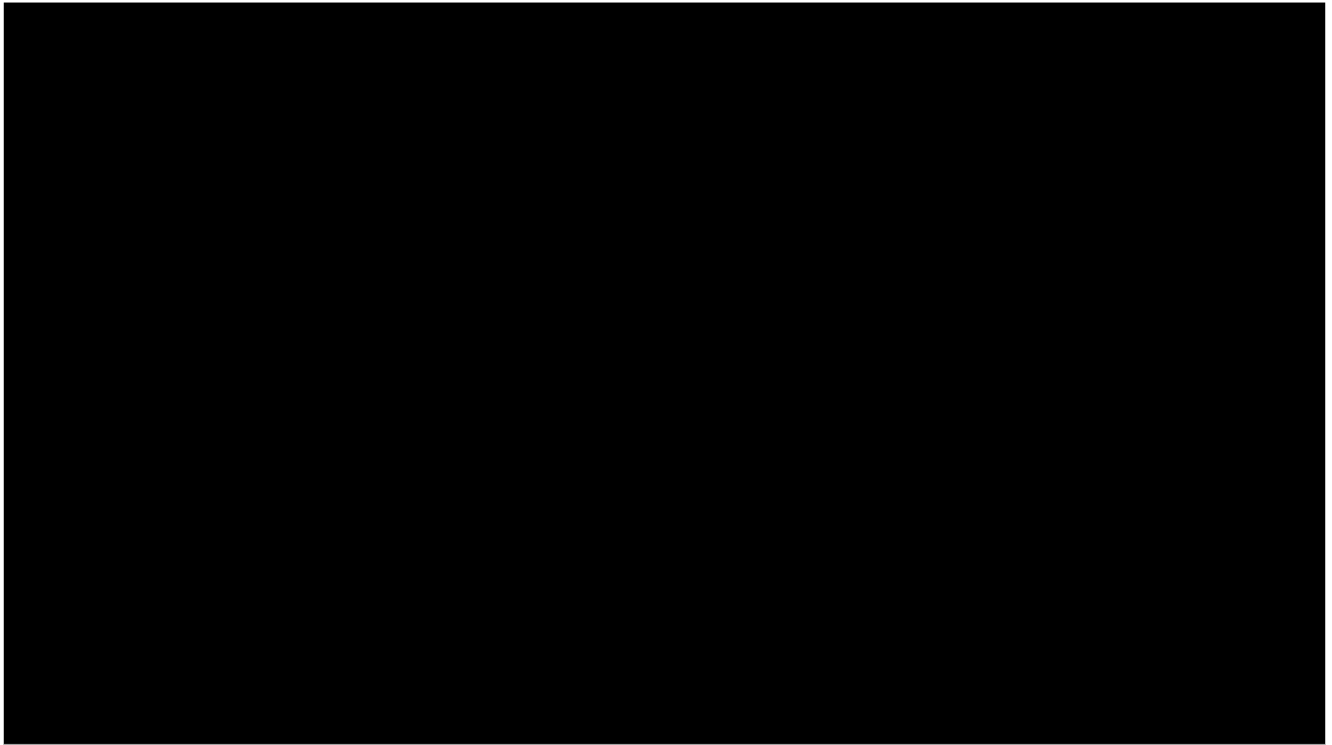
318



319



320



321

**NEW.
MINI E-BIKE 1.**

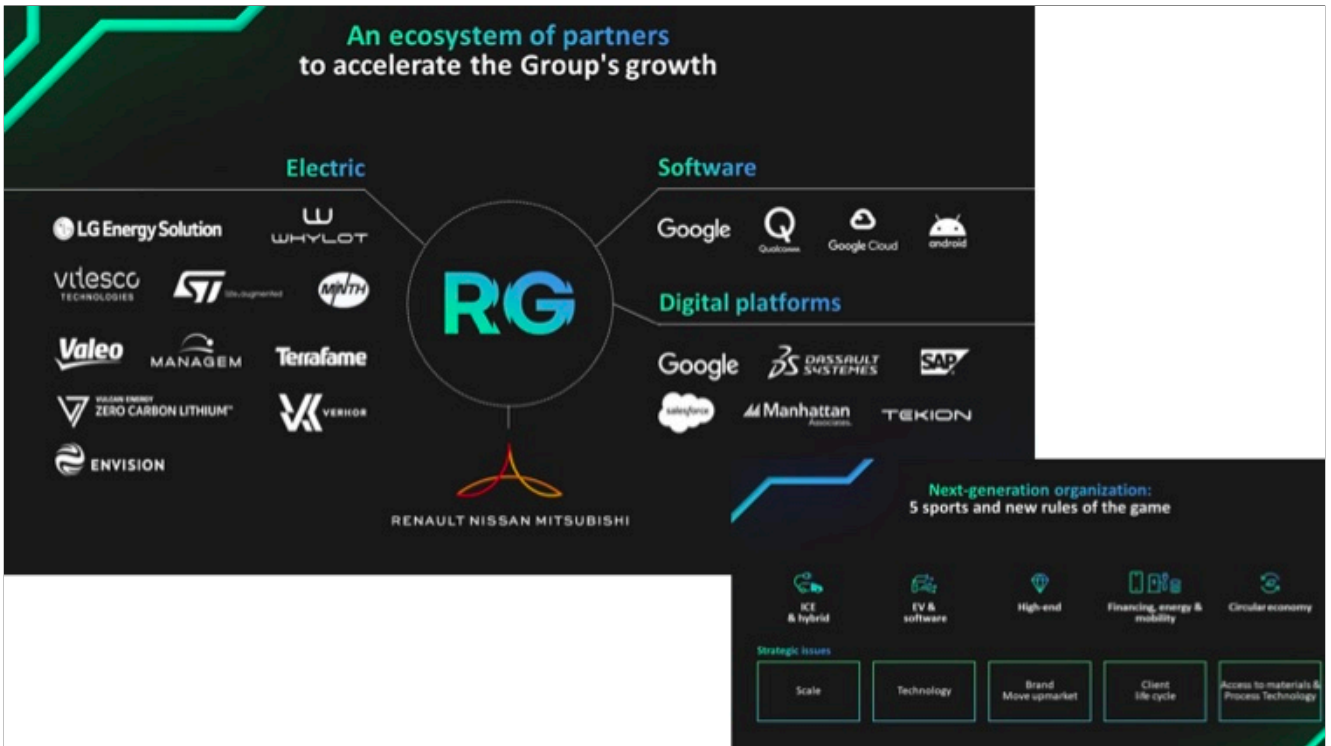
Go on a two-wheeled adventure with MINI.



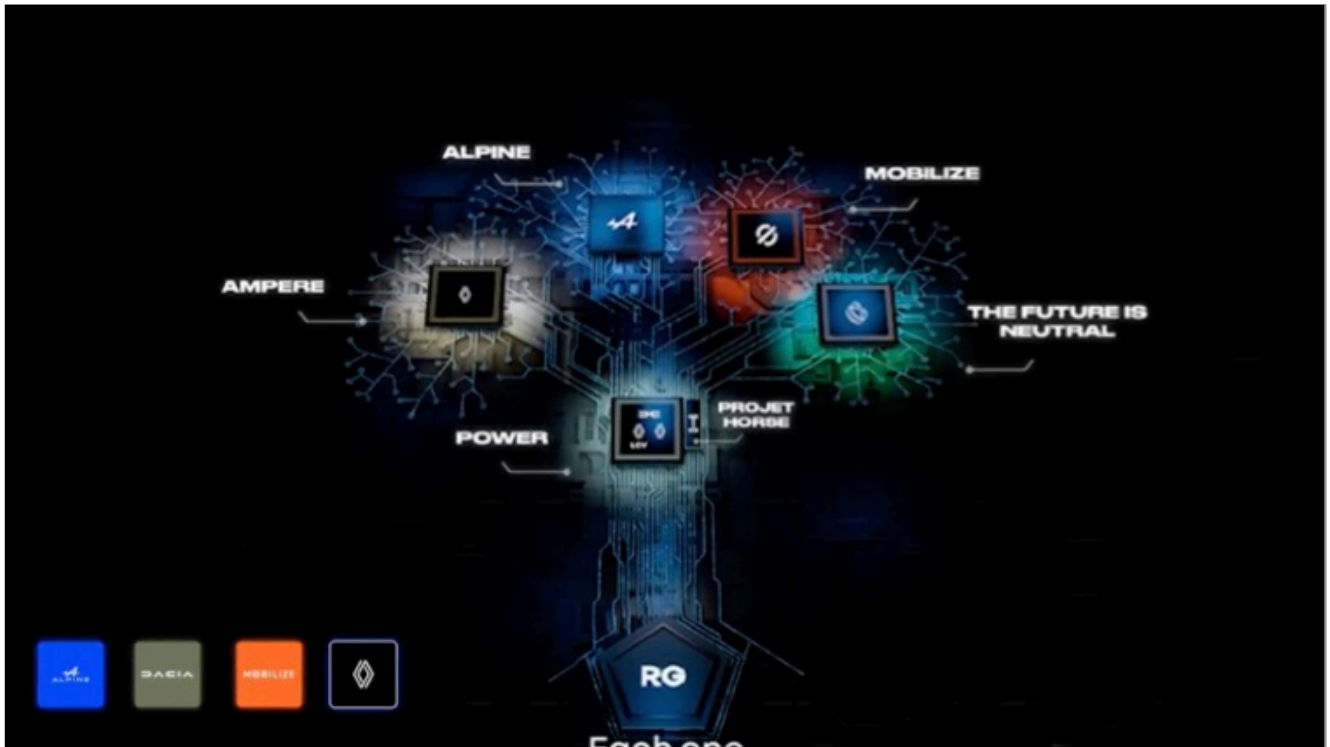
322



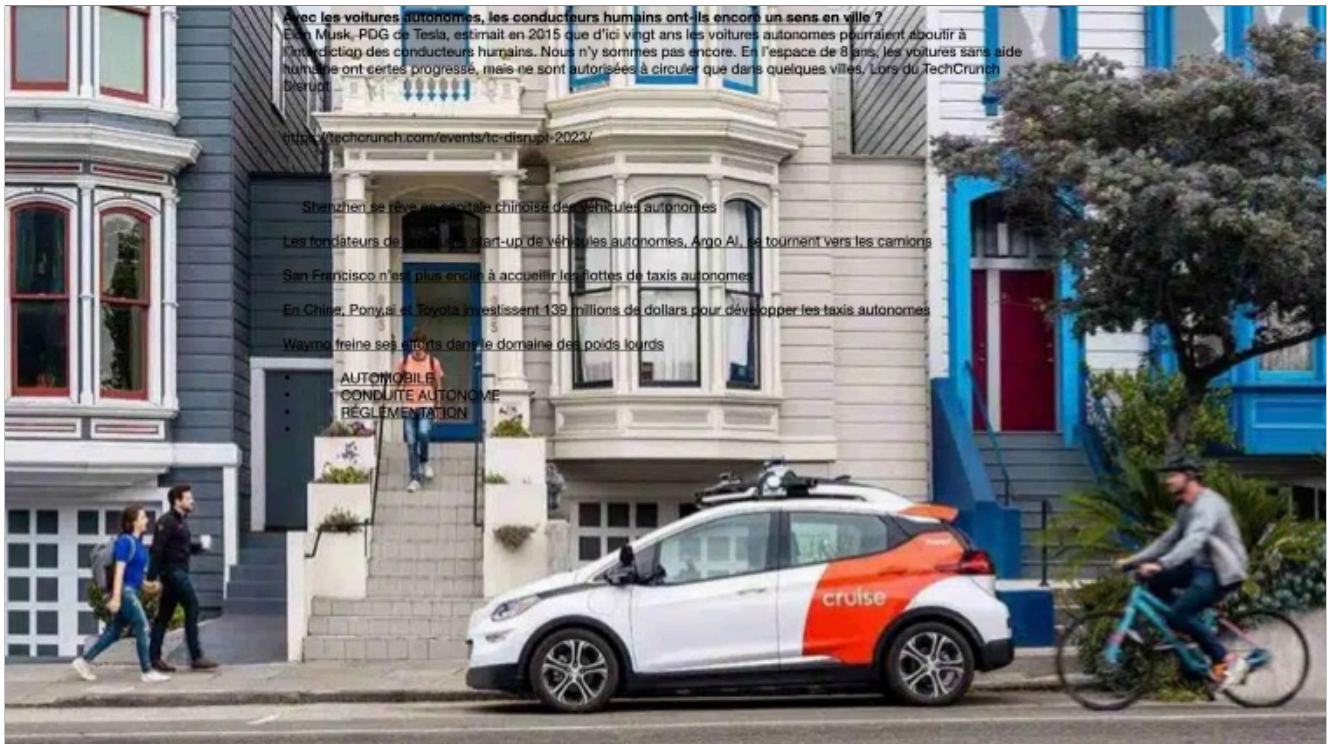
323



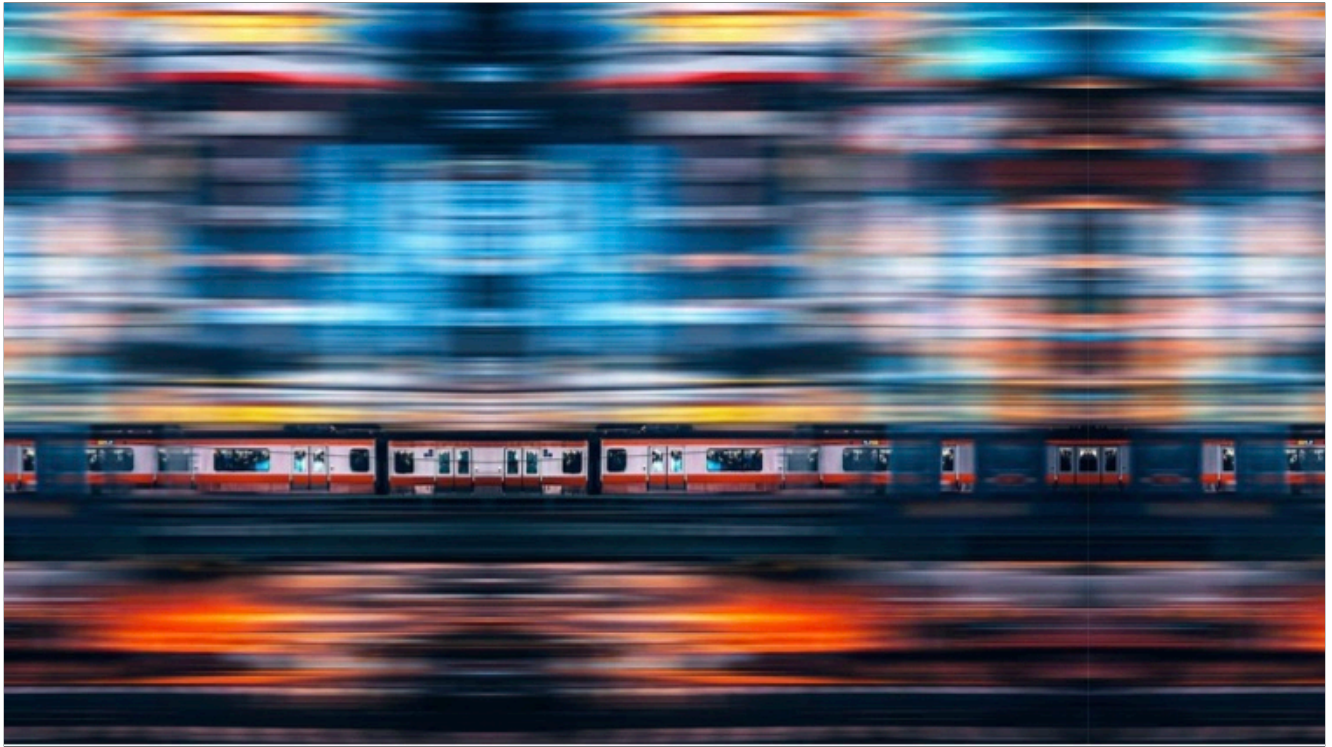
324



325



326



327

XXX AAS

328

APP

SOFT

USER

ADV

TRUST

DATA



PaaS
platform as a service

329

~~OWN~~

Use
Travel
Journey
Go

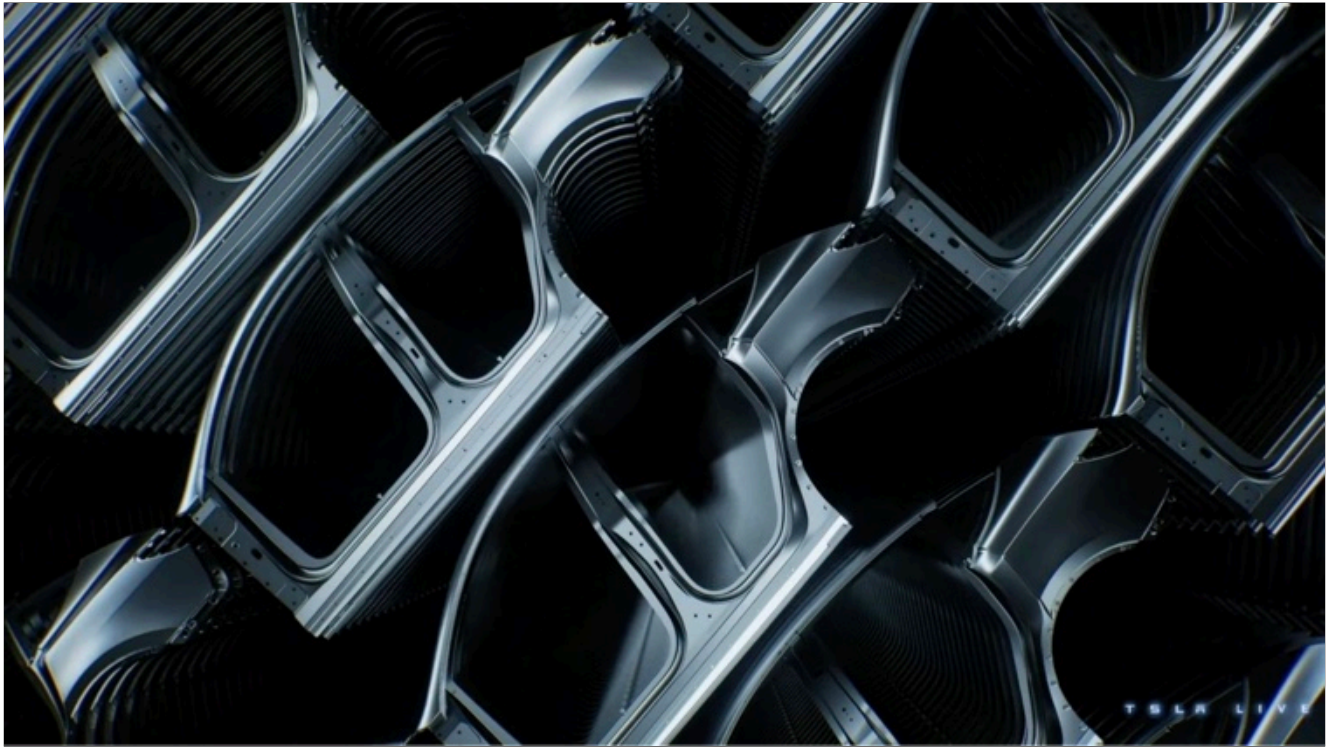
330

**MaaS
VaaS
TaaS**

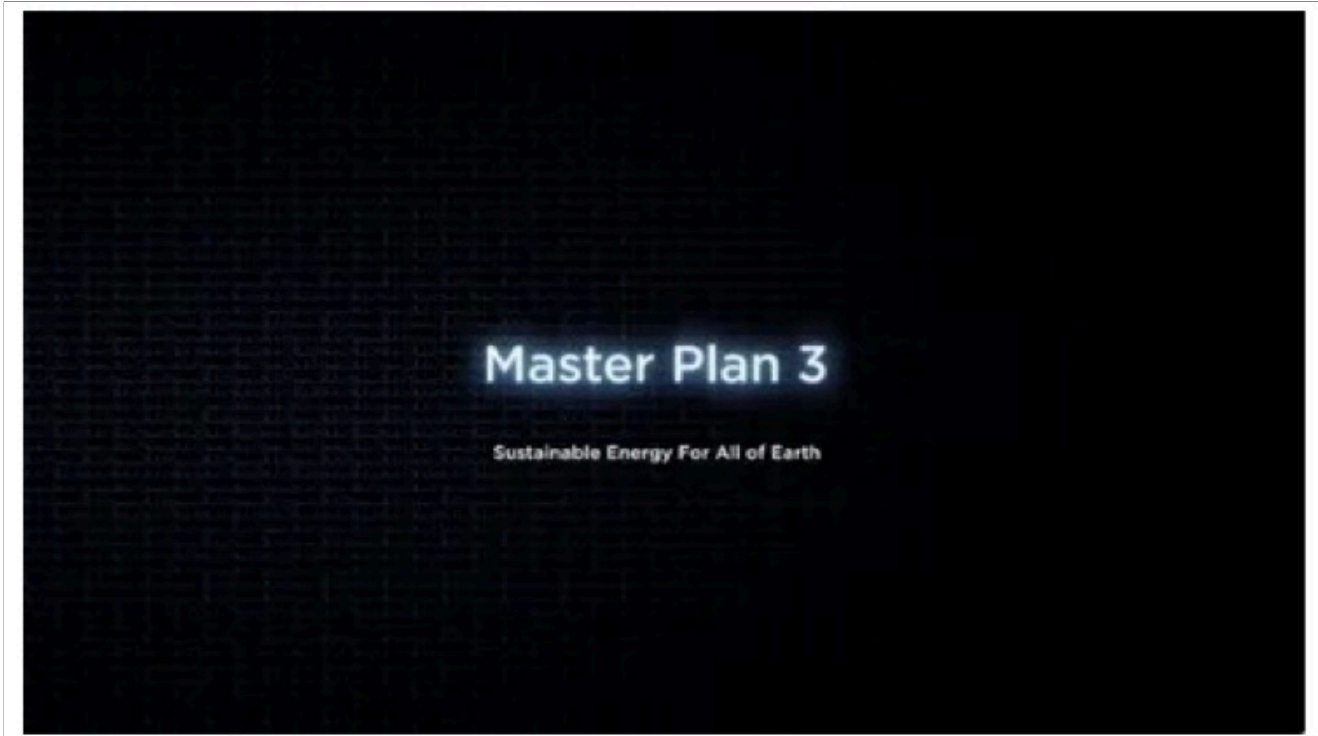
331

**master
plan**


332



333



334




Reducing SG&A per Car Enabling Improved Affordability


Selling, General & Administrative Expenses per Vehicles

Category	Expense Level
Traditional	High
Tesla	60-70% Lower Than Traditional

Tesla Electric Rollout Plan



Coming in July to Texas
Unlimited overnight home charging
 \$30/month

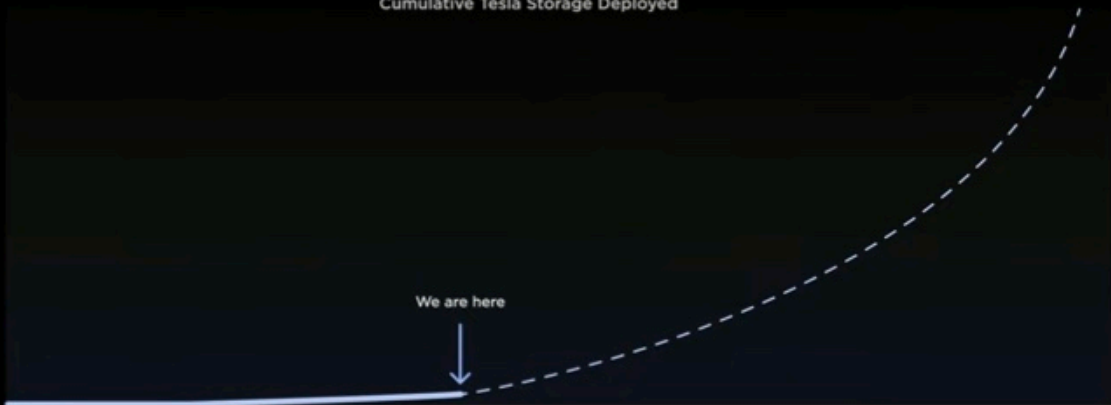


Gigafactory Mexico
 MANUFACTURING NEXT GEN VEHICLE

335

This Is Just the Beginning

Cumulative Tesla Storage Deployed



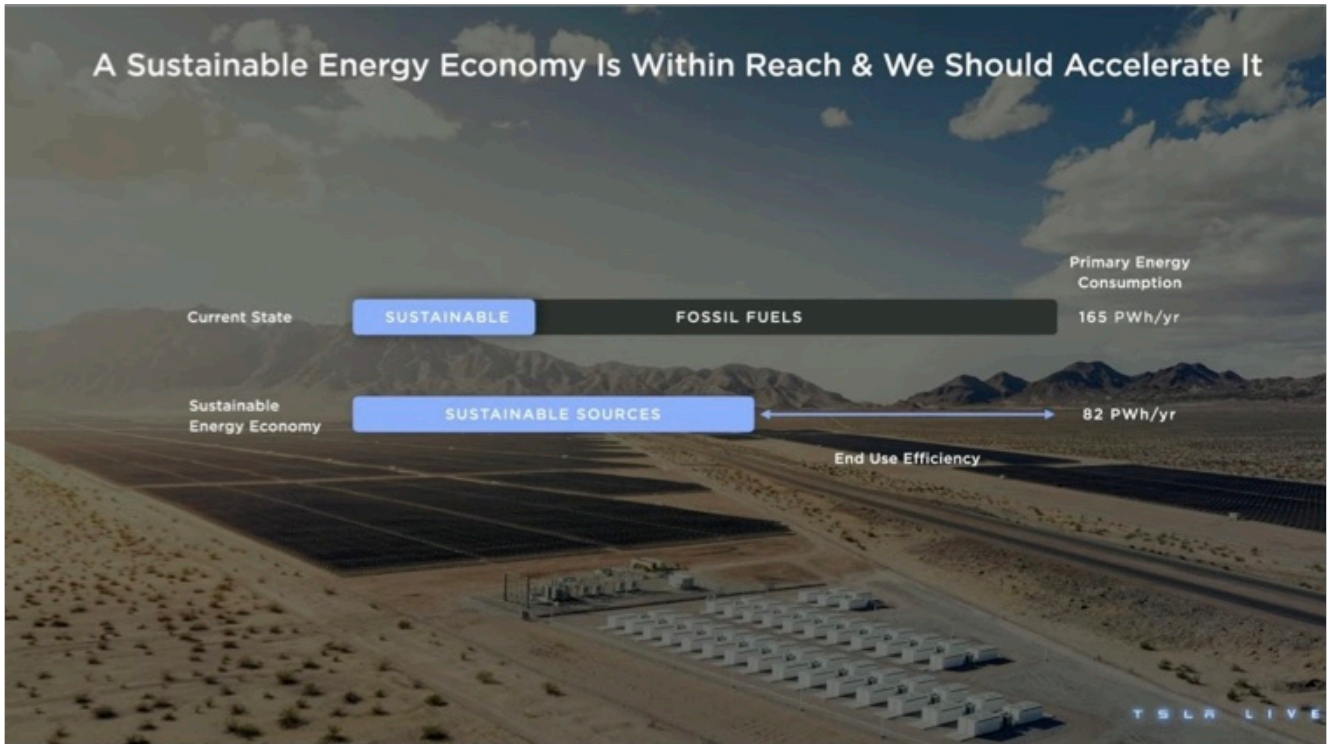
Focus on Building Capacity & Ramping Fast

Tesla Is an Electricity Retailer

TESLA LIVE

336

A Sustainable Energy Economy Is Within Reach & We Should Accelerate It



337

A Sustainable Energy Economy Is Within Reach & We Should Accelerate It

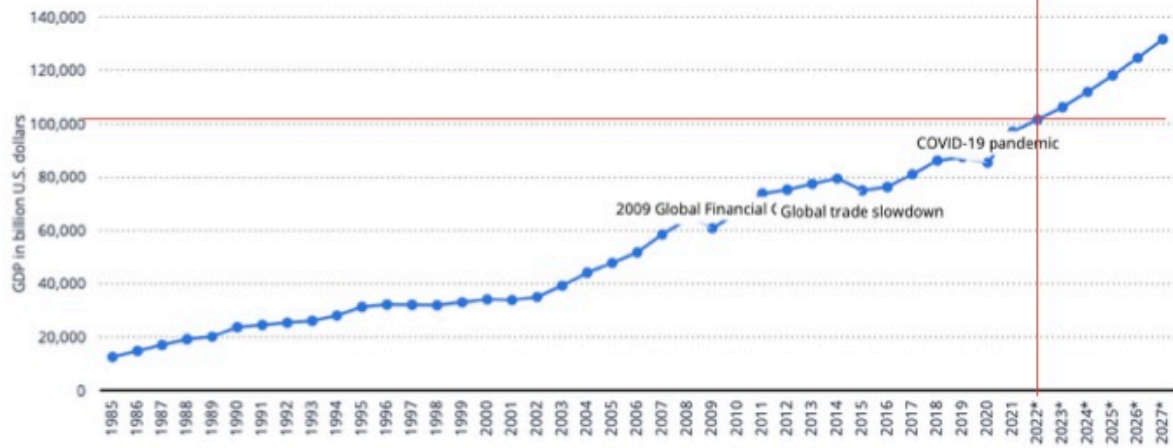
HOW THE MASTER PLAN WORKS



338

Global gross domestic product (GDP) at current prices from 1985 to 2027 (in billion U.S. dollars)

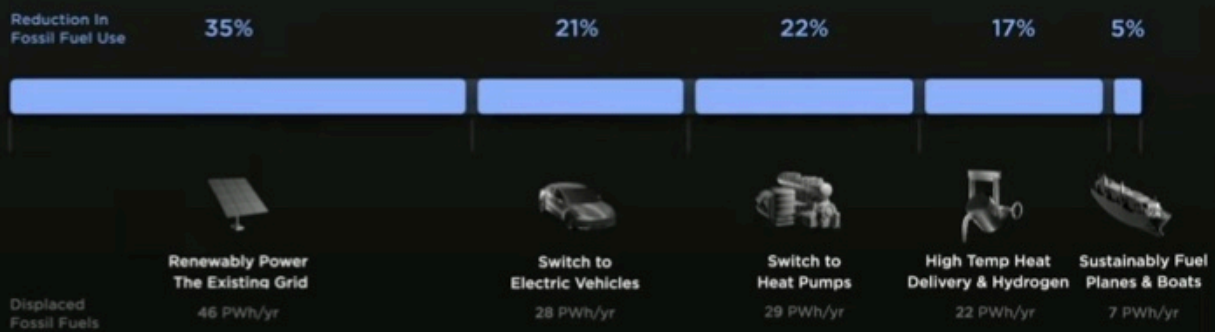
Global gross domestic product (GDP) 2027



Description: The statistic shows global gross domestic product (GDP) from 1985 to 2022, with projections up until 2027. In 2020, global GDP amounted to about 85.48 trillion U.S. dollars, two trillion lower than in 2019. [Read more](#)



The Plan To Eliminate Fossil Fuels



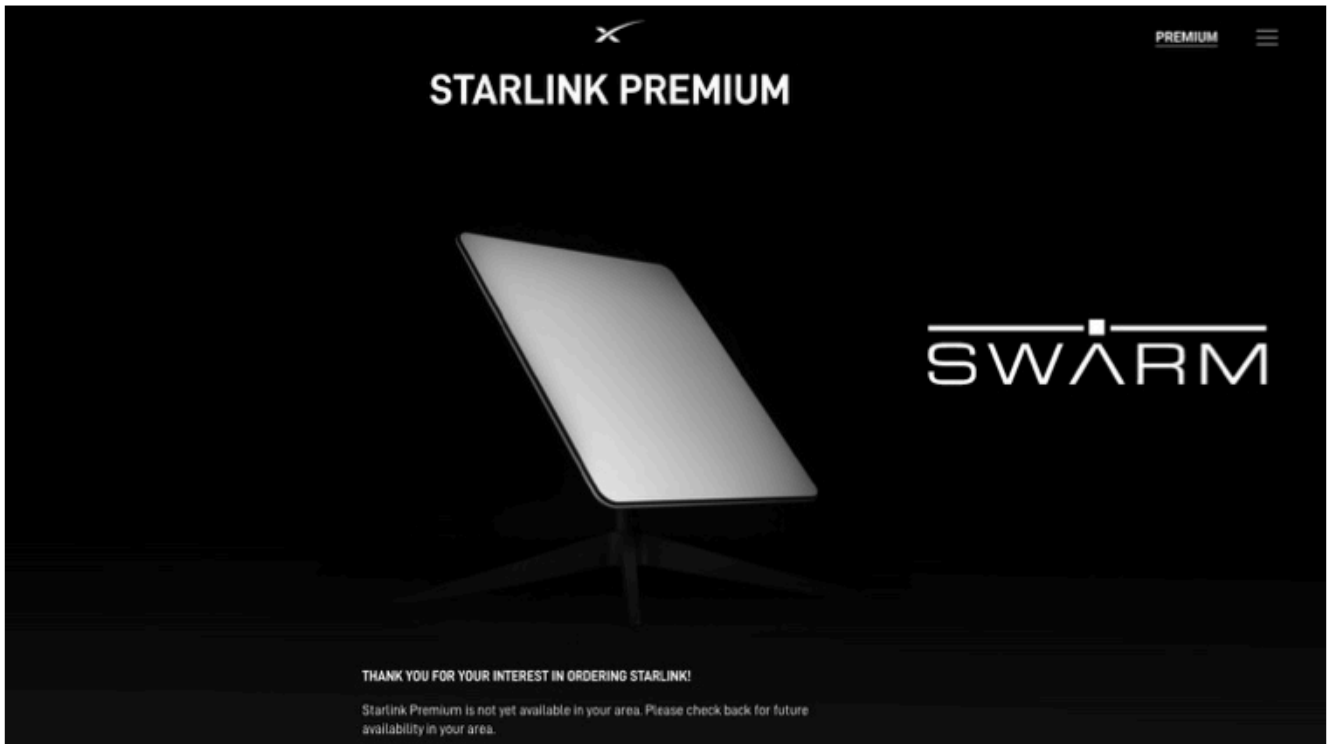
TESLA LIVE

BRAND CONTENT

\\vs.

content strategy

341



342

Valorisation APPL

3000 milliards (plus que CAC 40 ou PIB FR)

42 ans pour 1000 / 2 ans pour 2000 / 14 mois pour 3000

R&D Apple : 25 milliards par an

Achète une société tous les 25 jours

Valorisation GAFAMS plus que PIB EU

343

The Apple Store Empire

Total number of Apple Stores worldwide as of May 14, 2021



* Including Hong Kong and Macau

Source: Apple



Forbes statista

344

professionalWEB3

PW3

345

NFT

PAY-PLAY
ethereum
BTC

PLAY TO EARN
PERVASION

UX

PERSONA

HYBRID

CRYPTO

MICA

e-Sport

BLOCKCHAIN
NBIC

Voyage dans le WEB3 avec
hubert kratzoff

en 5 questions et 5 parties.
Un nouveau digital mindset
pour aborder ce know-world.

C'est le FDE (future of
economics), mais aussi le FOW
(future of work) grâce au FOT
(future of technology).

Celui qui change tout c'est le
client : place au FOM (future of
marketing) ... quelle
expérience !!!
Quelle expérience ?

BLOCKCHAIN
ID

SHA256

GAMIFICATION

SBTI

LIQUID

NFT

SMART CONTRACT

CRYPTOCURRENCY

WEB3

METAVERS

DAO

L'environnement et
la concurrence

Le futur du travail : hybride

L'utilisation éclairée des
technologies

Les attentes utilisateurs

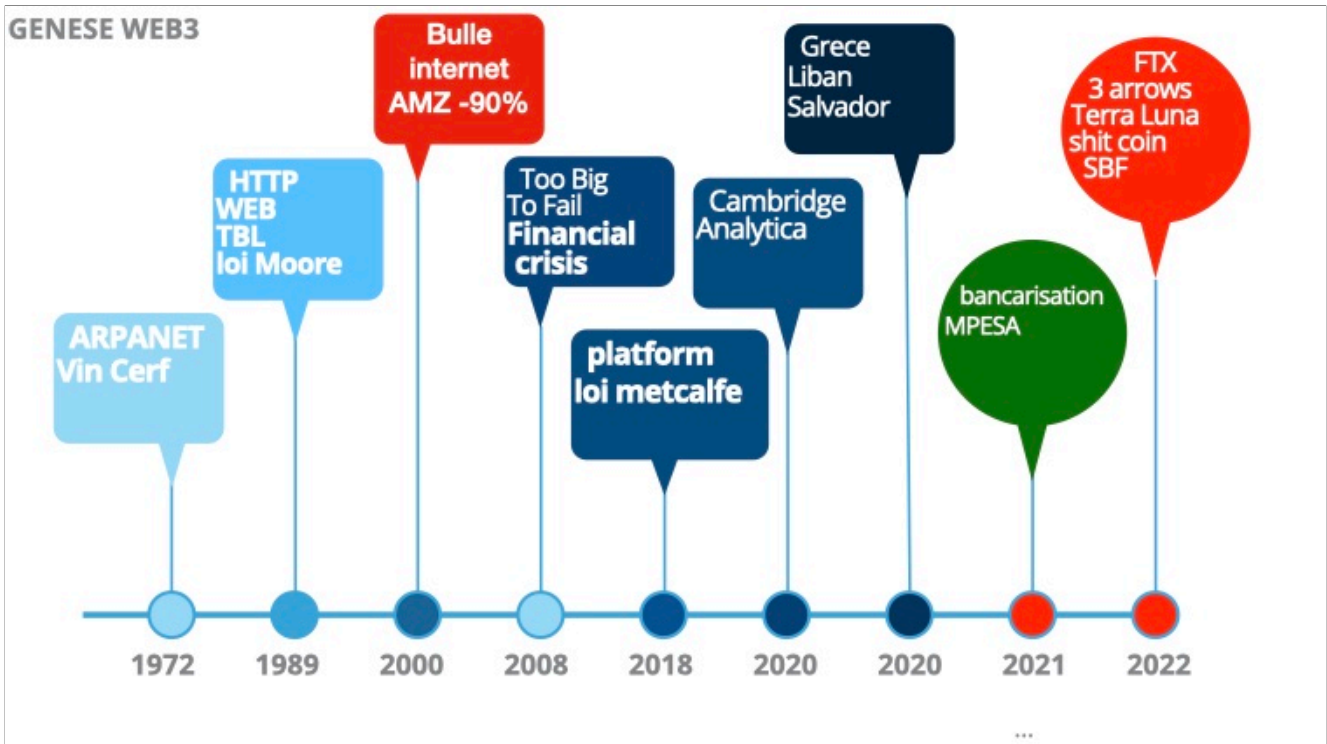
Enjeu de l'UX
(expérience utilisateur)

GAFAMS

346



347



348

The term "Web3" was coined by Gavin Wood in 2014 Ethereum & Polkadot founder

« *decentralized online ecosystem based on blockchain* »



Web3 is an extensible framework for creating massively multi-user, economically strong applications.

349



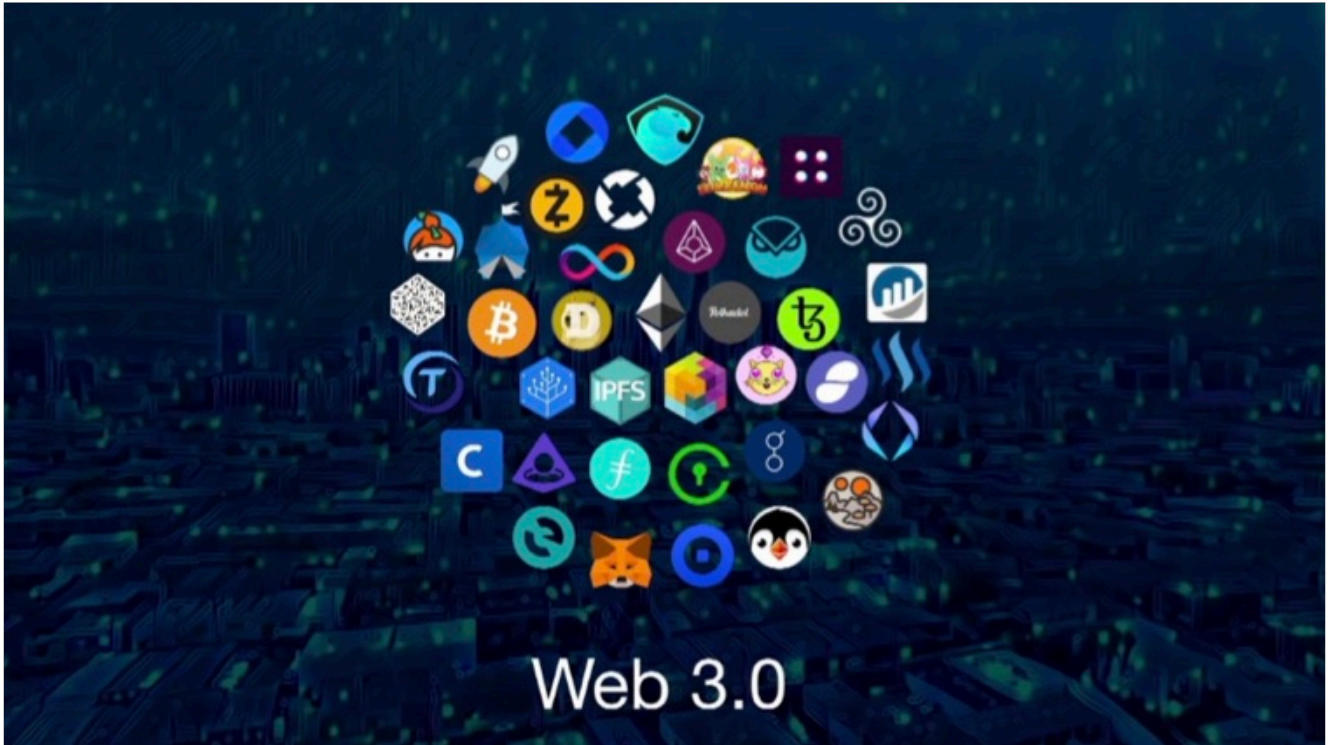
350

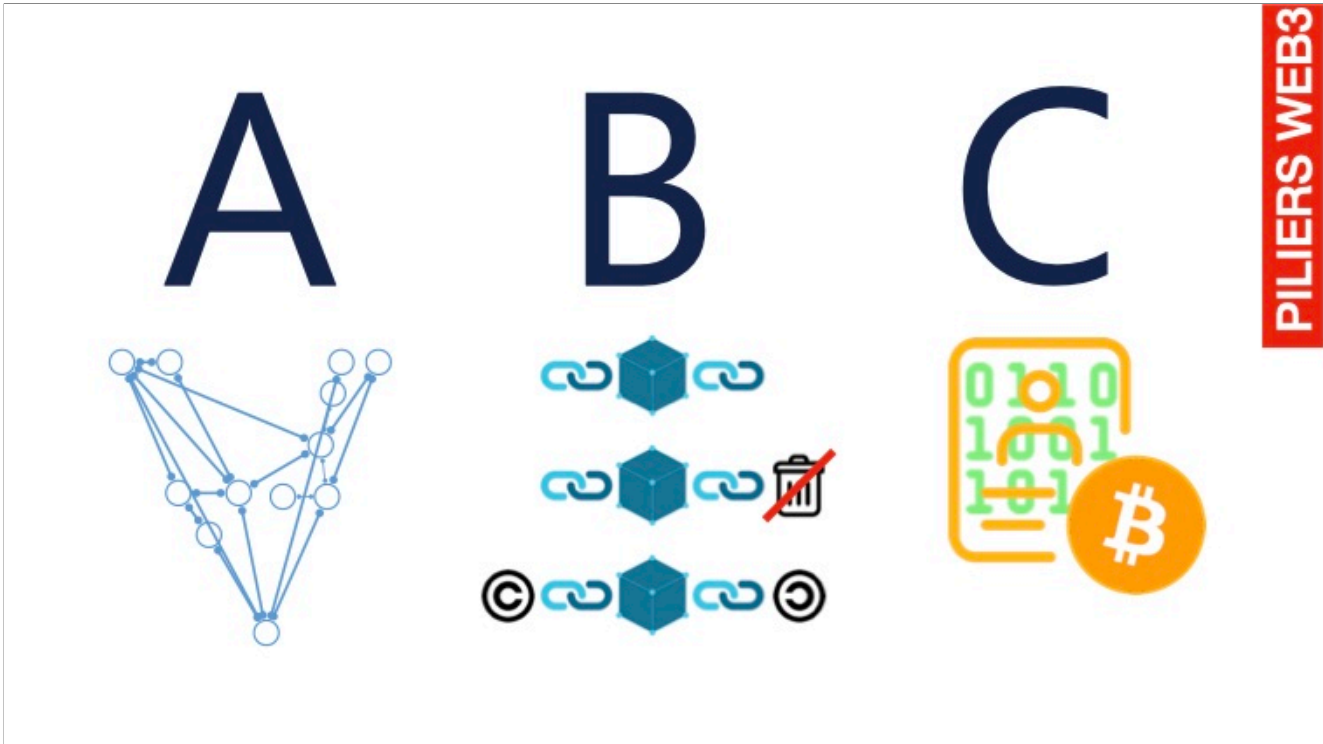
	WEB 1 1990-2000	WEB 2 2000-2010	WEB ² 2010-2020	WEB 3 2020-2030
Réactivité	Semaine	Jours/Heures	Temps réel	Continu
Interaction	Requête / réponse	À la demande	Automatique	Confiance
Ressources	Contenus	UGC Contenus Généré par Utilisateurs	Recommandation personnelle	IA
Données	Sémantique	Dynamique	Algorithmique	Décentralisée
Producteurs	Éditeur	Utilisateur réel	Utilisateur anonyme	Blockchain
Type	Partage statique	Réseau interactif	Réseau dynamique	IOT / IOB

351



352





A

Decentralized web
DAO
Holacracy
Scrum

B

Transparence
Blockchain
Linked data
Ownership

C

Trust
Verified-ID
Native payment
play to pay
DeFi

PILERS WEB3



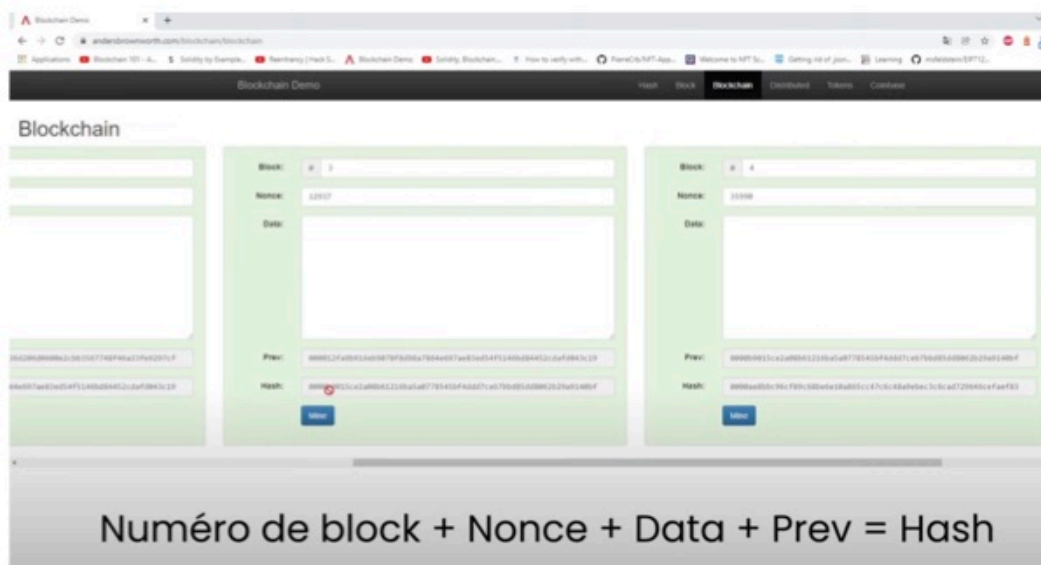
HASH (SHA256 calcul)

clé privée / public

Tokenisation

NFT

359



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://andersbrownworth.com/blockchain/>. The page title is "Blockchain Demo". The main content area is titled "Blockchain" and contains three panels. The first panel is empty. The second panel, labeled "Block: 3", has a "Nonce" of "32917" and a "Data" field. Below these are "Prev:" and "Hash:" fields, with a "Hash" button. The third panel, labeled "Block: 4", has a "Nonce" of "10000" and a "Data" field. Below these are "Prev:" and "Hash:" fields, with a "Hash" button. At the bottom of the screenshot, a grey box contains the text: "Numéro de block + Nonce + Data + Prev = Hash".

Nonce : Number used only **ONCE**

VIDEO <https://andersbrownworth.com/blockchain/>

EXO <https://andersbrownworth.com/blockchain/hash>

360

amazon.fr

Rechercher oscar statuette

1-48 sur plus de 5 000 résultats pour "oscar statuette"

RÉSULTATS
En apprendre plus sur vos résultats. Le prix et d'autres détails peuvent varier en fonction de la taille et de la couleur du produit.

Livraison
 Tout Prime
 Recevoir le d'ici demain

Affiner la catégorie
Sports et Loisirs
Trophées
Cuisine et Maison
Figurines de collection
Cadres photo
Plaque à pâtisserie
Chapeaux, marques et accessoires de fête
Jeu et Jouets

Commentaires client
★★★★☆ à plus
★★★★☆ à plus
★★★★☆ à plus
★★★★☆ à plus

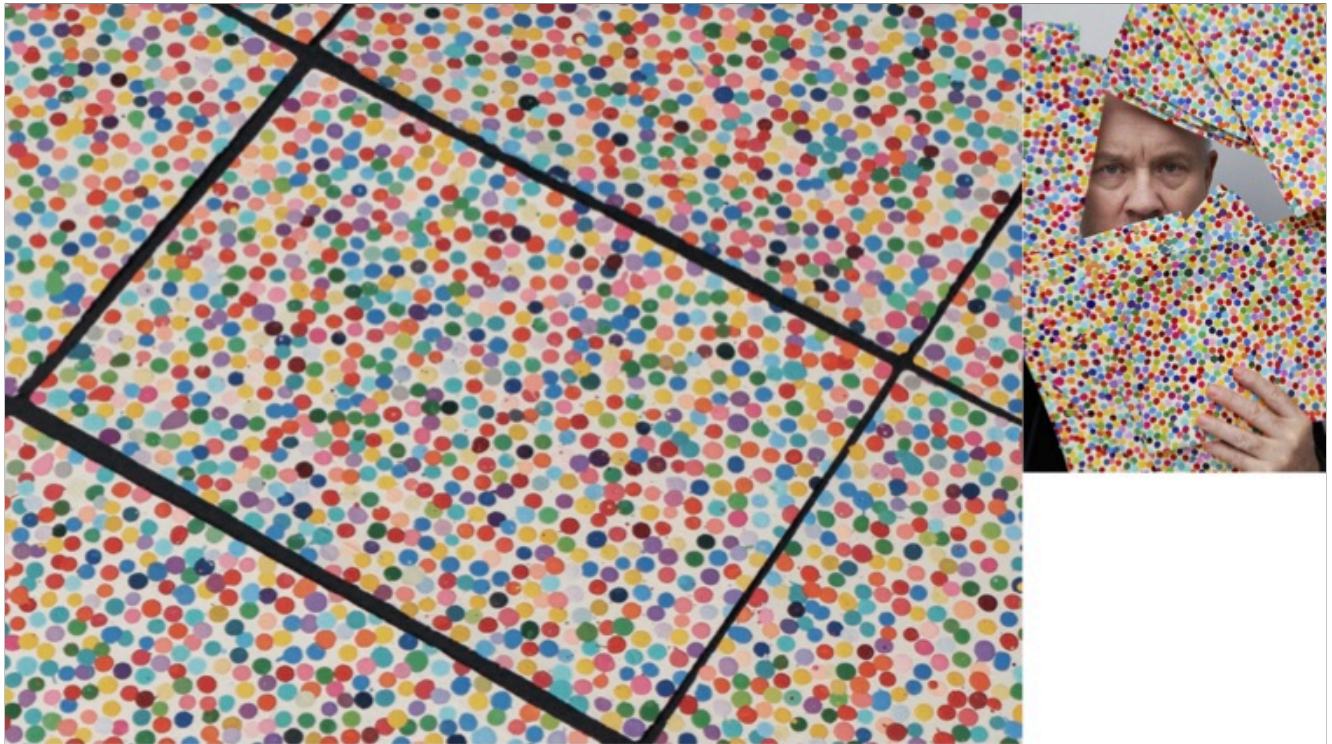
Prix
 Jusqu'à 25 EUR
 25 à 50 EUR
 50 à 100 EUR
 100 à 200 EUR
 200 EUR et plus

État
Neuf
Livraison internationale
 Livraison internationale disponible
Disponibilité
 Inclure les articles épuisés

Produits recommandés:

- STOBOK Trophées en Or récompenser pour la cérémonie de Remise des Prix ou des Cadeaux de Fête, Paquet de 10**
★★★★☆ - 28
31,99€
Livraison GRATUITE Livraison en 1 jour
Recevez le demain le 8 juillet
- Statuette des vainqueurs VICTOR avec gravure personnalisée**
★★★★☆ - 25
35,00€
Recevez le entre le mardi 12 juillet et le vendredi 15 juillet
Livraison à 8,55 €
Personnalisez-le
- SHURROW 12Pcs Oscar Statuette Moulé Récompenser Les Gagnants Magnifiques Trophées dans Les Cérémonies Plateau De Cuisson**
★★★★☆ - 4
17,53€
Recevez le entre le lundi 23 juillet et le lundi 1 août
Livraison GRATUITE
- Eterax 8 Pièces Trophées d'Or, Moulé de Figurine Oscar, Trophée en Plastique, pour la Cérémonie de Remise des Prix, Les Prix de Fête, Sa...**
★★★★☆ - 4
19,99€
Livraison GRATUITE Livraison en 1 jour
Recevez le demain le 8 juillet
Une robe plus que 2 exemplaires en stock.
- Figurine de Prix, Trophée Vindictur 23 cm, Couleur Or, idéal comme Cadeau Fine Année Scolaire, Accessoires pour Sèches Fêtes Anniversaires Laurea...**
★★★★☆ - 70
9,90€
- Devolven Trophée d'Or Trophée d'Homme Trophée 10 Pouces Oscar Style Trophée d'Or Statues Trophées en Plastique pour Les Célébrations ...**
★★★★☆ - 11
19,99€
- SHURROW 12Pcs Oscar Statuette Moulé Récompenser Les Gagnants Magnifiques Trophées dans Les Cérémonies Plateau De Cuisson**
★★★★☆ - 4
17,53€
- YANDHI 12Pcs Oscar Statuette Moulé Récompenser Les Gagnants De Magnifiques Trophées dans Les Cérémonies Et Les Festivités...**
★★★★☆ - 1
17,20€

361



362



363

RELEVÉ D'IDENTITÉ BANCAIRE
PARTIE RÉSERVÉE AU DESTINATAIRE DU RELEVÉ

Ce relevé est destiné à être remis, sur leur demande à vos créanciers ou débiteurs appelés à faire inscrire des opérations à votre compte (virements, prélèvements, etc.). Son utilisation vous garantit le bon enregistrement des opérations en cause et vous évite ainsi des réclamations pour erreurs ou retards d'imputation.
ATTENTION : Les domiciliations de prélèvements ne sont pas autorisées sur les comptes d'épargne.

Banque	Indicateur	Numéro de compte	Cle RIB	Domiciliation
30022	08969	000070654L	57	CL VERRIERES BUISSON (08969)

IDENTIFICATION INTERNATIONALE

IBAN	FR09 3000 2089 6900 0007 0654 L57
Code B.I.C	CLYFRPP

TITULAIRE DU COMPTE : M O [REDACTED] E

0x98d3926be932D916391F57fbcA578f517CBC

364



InterPlanetary File System

365



passport = objet non fongible = jeton unique = token \neq image

366

Conclusion

professional WEB3

PW3

367



INTERNET ARCHIVE

WayBack Machine



368



Jimmy Wales

Wikimedia
Foundation



Risques WEB3

VC

les investisseurs
peuvent prendre des
positions
dominantes

Droit à l'oubli

impossible d'effacer
la blockchain, le
passé est figé

Courbe apprentissage

détenir ses
informations oblige
des connaissances
techniques

Risques WEB3

copyright

art original facile à voler et à protéger au nom d'un tiers

scam

manipulations nombreuses sur base d'idées brillantes

hyper tokenisation

peut-on durablement tout tokeniser sans risquer une pénurie

371



Le WEB3 est :
plus complexe
plus technique
plus codé
plus acteur

moins assisté
moins infantilsé
moins le produit

BESOIN DE FORMATION

372

Quelle sont les bonnes raisons de se déplacer ? ou de vous recevoir ?

373

Lexique Survie agile en Digital Business

Toute spécialité a son jargon, parallèlement à un vrai lexique, voici 390 acronymes du marketing digital... qui est le marketing de tous les jours ! Et même si vous pensez, comme Elon* que ASS (acronyms seriously suck), sachez que TAWYG (Totally Agree With You Guys), mais c'est le langage des entreprises ! Bonne lecture (au moins utile)
* Mail de Elon Musk à ses équipes en 2010 (Tesla, SpaceX, SolarCity)
Hyperloop, Boeing and previously PayPal co-founder with Peter Thiel

A	
AAA: Average active sessions	APP: Application (a program designed to run on mobile devices)
AAID: Android Advertising Identifier	API: Application program interface (cf. MaaS)
AARRR: Acquisition, Activation, Retention, Revenue, Referral	AR: Augmented Reality (ou RA)
ABM: Account Based Marketing	ARPU: Average revenue per user
ABT: AB testing	ARR: Average recurring revenue (or annual)
ADEX: Ad Exchange platform	ASO: App Store Optimization (cf. Search)
AdTech: Advertising Technology (cf. MarTech)	ATF: Above the fold (au dessus du pli, donc visible ; cf. RTT)
ADX: Google DoubleClick Ad Exchange platform	ATL: Above the line (cf. RTL & media)
AI: Artificial Intelligence	AWD: Adaptive web design (cf. RWB)
AIDA: Attention Interest Desire Action "First Purchase Funnel"	
AMP: Accelerated Mobile Pages de Google	
B	
BA: Business Angel	BMG: Business Model Generation by Alex Osterwalder
BATDO: Baidu Alibaba Tencent Xiaomi (vs. GAFA)	BNPL: Buy Now Pay Later
BAU: Business As Usual	BOB: Best of Breed
BI: Business Intelligence	BOFU: Bottom Of Funnel (cf. ToFu)
BIM: Building Information Modeling ou Model, ou encore Management. Traduit par «bâtiment modélisé» leader REVIT	BOPUS: Buy Online Pick Up In-Store
	BR: Bounce rate (visite limitée à une seule page ou non réception d'un email)

BTC: Bitcoin (XBT)	BtoG: Business to Government
BTF: Below the fold (en dessous du pli, donc invisible ; cf. ATF)	BtoR: Business to Retail
BTL: Below the line (cf. ATL & hors media)	BYOD: Bring your own device (cf. CYOD)
C	
CAC: Customer Acquisition Cost (ou cycle d'activité client ancêtre de parcours client)	CPL: Cost per lead
CAD: Communication audiovisuelle dynamique (cf. DOOH & digital signage)	CPM: Cost per thousand (mille)
CDJ: Customer digital journey	CPT: Cost per Transaction
CDO: Chief Digital (ou Data) Officer	CPV: Cost per view (see also PPV)
CDN: Content delivery network/ réseau de diffusion de contenu (AKAMA)	CR: Conversion rate
CDP: Customer Data Platform (it's more than a DMP and CRM)	CRM: Customer relationship management
CEM: Customer Experience Management	CRO: Conversion rate optimization
CES: Customer Effort Score	CSAT: Customer Satisfaction Score
CLV: Customer lifetime value	CSR: Corporate social responsibility (RSE)
CM: Community Manager	CSS: Cascading Style Sheets
CMS: Content management system	CTA: Call to action
COS: Cost Of Sale	CtoB: Customer to Business (cf. UGC)
CPA: Cost per action (for acquisition)	CtoC: Customer to Customer
CPC: Cost per click: amount of money to produce a single click (for Cost per Customer)	CTR: Click Through rate (number of click on an item/link)
CPE: Cost per engagement	CU: Customer experience (including UX)
	CXO: Chief Experience Officer ou tout les C suite
	CYOD: Choose Your Own Device (cf. BYOD)
D	
DDC: Direct to Customer (DTC DNVB)	DNVB: Digital Native Vertical Brand
DAM: Digital Asset Management	DOOH: Digital Out Of Home (Digital Signage)
DDDM: Data-driven decision management	DPO: Data Protection Officer
DDS: Data-driven strategy	DR: Direct response
DEM: Digital experience management	DS: Digital Signage (DOOH & CAD)
DL: Digital Learning	DSP: Demand side platform (cf. SSP)
DM: Direct mail or Direct message	DTC: Direct to Customer DTC (cf. DNVB or indie brands)
DMP: Data management platform	DX: Digital eXperience (digital transformation by DX)
DNS: Domain name system (cf. ICANN & registrar)	

374

workshop

hubertkratiroff

06 80 43 29 05

hubert@kratiroff.com
linkedin.com/in/kratiroff
@kratiroff

375

**Act
Think
Impact**

G

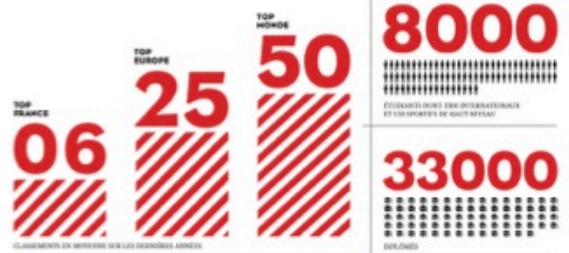
SAMSUNG

376




377

L'école en quelques chiffres.






378




**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**
UNIVERSITÉ DE GRENOBLE
UNIVERSITY OF SOUTHERN CALIFORNIA

En rejoignant Grenoble Ecole de Management, vous faites le choix d'une école réellement engagée. Notre mission et notre raison d'être : apporter des réponses, par la formation et la recherche, aux grands défis de la transition écologique, sociale et économique, et contribuer à un monde plus résilient, plus juste, plus pacifique, plus responsable.

grenoble-em.com

 12 rue Pierre Sézard - 38000 Grenoble
183 avenue Jean Lolive - 93500 Pantin

**Act
Think
Impact**

379

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

380



CONCLUSION

MOB-TECH 2023

381



innovation
versus
progrès

MOB-TECH 2023

382

CHOIX
INNOVATION
PROGRÈS

383

techno push
vs.
market pull

384



385

THIS PAGE IS INTENTIONALLY LEFT BLANK

386