

JULIE GAYET FAIT SON CINÉMA

LES FEMMES FACE À LA CRISE

LE
TOP 40
DES AVOCATS
DU CAC40

PARIS HILTON, TAILLE PATRONNE

CLASSEMENT CHOISEUL

ÉTÉ 2021

Forbes

AYA NAKAMURA,
ARTISTE
FRANCOPHONE
DE L'ANNÉE

—
"Je suis une femme
consciente"

PALMARÈS

LES 40 FEMMES FORBES 2021

Belgique : 9,50 € - Luxembourg : 9,50 € - Suisse : 15,20 CHF



Forbes

FRANCE@FORBES

15 | LES 40 FEMMES FORBES

Elles ont brisé le plafond de verre

24 | AYA NAKAMURA

La femme démesurée

32 | QU'EST-CE QU'UNE FEMME PUISSANTE ?

38 | ÉLISABETH MORENO

Une patronne successful devenue ministre « inclusive »

42 | CLASSEMENT CHOISEUL 2021

ENTREPRENEURS@FORBES

49 | FCE

Le réseau d'entraide des femmes chefs d'entreprises

54 | FAIZA BOUGUESSA

La designer que les people s'arrachent

56 | BLUE OCEAN AWARDS

LUXE@FORBES

61 | PARIS HILTON

« Je suis avant tout une femme d'affaires et une pionnière »

64 | ANA LA GERMAINE

Elle fait rimer mode et politique

66 | VIRGINIE BASSELOT

Une cheffe au Negresco

68 | MAISON LAPARRA

Un talent qui vaut de l'or

70 | NICOLE SÜSS

Ponctuelle au rendez-vous d'Audemars Piguet

72 | ÉVASION

76 | AUTO

INNOVATION@FORBES

85 | ENQUÊTE

Comment booster les femmes dans leur carrière ?



ÉVÈNEMENT

BLUE OCEAN AWARDS : 7ÈME ÉDITION PLACÉE SOUS LE SIGNE DE L'INCLUSION

Fil rouge de la cérémonie multi-sites qui s'est tenue le 11 mai dernier, les lauréats ont démontré comment l'inclusion peut être source d'innovation à impact dans le développement de son entreprise. Pleins feux sur ces startups engagées qui créent de nouveaux marchés.

PAR MARIE-CAROLINE SELMER



**Blue Ocean Awards,
11 mai 2021 depuis :**
1/ HEC Paris
2/ Bordeaux Technowest
3/ Sciences-U EFAB de
Lyon
4/ Ambassade de France
en Afrique du Sud



Créés en 2014 par Alban Eral avec le soutien d'HEC Paris et du ministère de l'Économie, des Finances et de la Relance, les Blue Ocean Awards ont pour mission d'identifier et mettre en avant des entreprises innovantes par leur offre, à contre-courant des modèles habituels. Déclinaison du concept de Stratégie Océan Bleu, issu des travaux de recherche de W. Chan Kim et Renée Mauborgne sur l'innovation par la valeur, cet événement unique en son genre récompense les entreprises, quelle que soit leur maturité, qui proposent une offre divergente inspirée par l'expérience des « non-clients » de leur secteur. Une cible qui se compose « des personnes qui vivent des blocages dans leur expérience d'un service ou d'un environnement. Cela peut concerner les problèmes d'accès à l'électricité, à l'eau potable ou encore s'intéresser aux personnes touchées par le handicap », comme l'explique le fondateur des Blue Ocean Awards.

Depuis leur lancement, les Blue Ocean Awards (BOA) ont accompagné plus d'une centaine d'entreprises : préparation aux jurys, campagnes de communication, détection d'opportunités auprès de grands acteurs ou accès à des salons internationaux via Business France. Un soutien offert à tous les vainqueurs par l'équipe des BOA et dont les effets se traduisent d'un point de vue business. Les lauréats connaissent une forte accélération : « Sur 7 ans, 91% des gagnants

Blue Ocean Awards se sont financés dans les 6 mois. Dans les 3 ans qui ont suivi leur victoire, la valorisation des gagnants est multipliée par 10 en moyenne et peut dépasser 40 » précise Alban Eral.

Organisée le 11 mai dernier, la 7ème édition des Blue Ocean Awards a donné lieu à une cérémonie exceptionnelle retransmise en direct sur 10 heures de live, simultanément depuis HEC Paris, Bordeaux Technowest et, pour la première fois, depuis le Campus Sciences-U EFAB de Lyon et l'Ambassade de France en Afrique du Sud à Pretoria. Une ouverture à l'international, saluée par Aurélien Lechevalier, ambassadeur de France en Afrique du Sud, pour qui l'édition « *s'inscrit pleinement dans notre souhait de soutenir le développement de l'écosystème d'innovation et entrepreneurial particulièrement dynamique de l'Afrique du Sud. C'est également une formidable opportunité pour rapprocher nos écosystèmes respectifs* ». Depuis son lancement, l'événement est soutenu par des acteurs de référence comme HEC Paris, Michelin, Veolia, l'Institut National de la Propriété Industrielle, rejoints par le HUB612, Spinfi, France Barter, B1Partners, le CJD et EngageX. Pour Pascal Faure, Directeur Général de l'INPI, une démarche comme celle des Blue Ocean Award s'inscrit pleinement dans la stratégie d'entreprise. « *Notre objectif est de construire le monde de demain avec des entreprises innovantes, résilientes et armées des droits de propriété intellectuelle leur permettant de créer de la valeur sur de nouveaux marchés. C'est avec cette ambition que l'Inpi œuvre au quotidien aux côtés des entrepreneurs* ». France Barter, incubé au HUB612 partenaire des BOA, a été deux fois finaliste comme le rappelle Arthur Bard son CEO. « *Cela nous a beaucoup appris dans la création de notre marché*

Océan Bleu pour nous développer rapidement. Nous avons actuellement une croissance de 20% par mois, puisque les entreprises n'ont plus de trésorerie, mais fortes de capacités de production et de stocks importants, elles se tournent vers l'économie du troc. »

Pour cette première participation en tant que major sponsor, Michelin représenté le 11 mai par Lorraine Frega, membre du comité exécutif, a souhaité mettre à l'honneur les entreprises créatrices de marchés qui rendent la mobilité plus sûre, plus efficiente, plus respectueuse de l'environnement et plus accessible, à travers la création d'un prix spécifique. La 1ère édition du Prix international Michelin Mobilité a récompensé deux startups : la première SUN MOBILITY, supprime la barrière de l'autonomie de la batterie pour les flottes de véhicules électriques et la seconde TARMAC TECHNOLOGIES supprime les retards aériens par l'efficacité opérationnelle au sol. Grâce à ce prix, les deux entreprises bénéficieront d'un accès aux programmes de développement et d'accompagnement des experts de Michelin en matière de mobilité. « Nous avons hâte de pouvoir travailler avec Michelin, leader mondial de la mobilité, afin de continuer à réinventer le transport aérien », a déclaré avec enthousiasme Anthoine Dusselier, co-fondateur de TARMAC TECHNOLOGIES, à l'issue de la cérémonie.

Présidée par Emmanuel Suquet, Premier Conseiller, représentant l'ambassadeur de France en Afrique du Sud, la première édition sud-africaine a mis en avant deux entreprises : SHOPIT, qui permet aux marques de développer leurs ventes sur les marchés informels, et METSI A TENG, qui purifie l'eau par la gestion des déchets. Une initiative à fort impact environnemental créée par Pinky Mokwena, ancienne Miss Earth South Africa reconvertie dans le développement durable. « C'est un privilège, en tant que femme africaine, d'avoir l'opportunité de parler et de contribuer au développement des systèmes qui ont un impact sur la façon dont ma société est façonnée. J'apprécie que les Blue Ocean Awards n'aient pas peur de faire de la place aux marginaux, aux non-conventionnels et, plus largement, à la nouveauté. C'est ainsi que l'on change le monde, et c'est le sens de mon action » a confié la fondatrice de METSI A TENG.

Les quatre éditions de cette année auront récompensé 15 entreprises (cf. tableau), qui rejoignent désormais la communauté Blue Ocean Awards. Un formidable tremplin pour ces entrepreneurs, tous engagés dans la construction d'un monde plus juste et solidaire. Citons

notamment UNSEENLABS, un des gagnants de l'édition nationale, qui géolocalise n'importe quel navire dans le monde depuis les satellites lancés par l'entreprise. Leader européen du traitement des signaux de radiofréquence, UNSEENLABS a su convaincre par sa proposition de valeur unique qui protège les océans contre la pollution et la piraterie. Dans un autre domaine, R-PUR, a fait l'unanimité du jury avec son masque antipollution connecté. Flavien Hello, CEO de R-PUR, s'est réjoui de recevoir ce prix qui récompense tant les produits que la mission de l'entreprise, à savoir « protéger les humains de la pollution de l'air urbain, mais également informer, éduquer et agir pour un air sain dans le futur ». Ayant remporté le plus de votes de l'édition Nouvelle-Aquitaine, PROTIFLY repense l'alimentation animale et la rend durable en y intégrant des larves d'insectes. Vainqueurs de la toute nouvelle édition Auvergne-Rhône-Alpes, YUPWEGO, incubé au HUB612, révolutionne l'assurance voyage en adaptant en temps réel le contrat du voyageur et BIOMEDE dépollue les sols par la culture des plantes (phytoextraction).

Prochaines étapes pour les Blue Ocean Awards, poursuivre à l'international et lancer de nouvelles éditions régionales. Après le lancement de Lyon cette année, Lille, Marseille et Strasbourg sont pressenties. Côté international, le Sénégal, le Maroc et le Ghana sont envisagés. « Avec l'Ambassade de France et le gouvernement sud-africain, nous déployons BlueOceanCity Stratégie Océan Bleu nationale. Chaque incubateur sud-africain sera ainsi autonome pour accompagner ses entrepreneurs à la création de nouveaux marchés. Les Blue Ocean Awards 2022 seront le lieu idéal pour mettre en avant tous ces entrepreneurs qui changent le monde. » explique Alban Eral.



1/ Tarmac technologies, avec Michelin et Forbes
2/ Gifts for Change, R-PUR, Unseenlabs
3/ Yupwego, avec France Barter
4/ Biomède, avec Michelin

7^{es} BLUE OCEAN AWARDS

ÉDITION	CATÉGORIE	GAGNANT
MICHELIN MOBILITÉ	MENTOR BABY	SUN MOBILITY TARMAC TECHNOLOGIES
NATIONALE	MENTOR BABY SOCIÉTAL HACKATON	UNSEENLABS GIFT FOR CHANGE R-PUR JAMBLE
NOUVELLE-AQUITAINE	MENTOR BABY SOCIÉTAL	YESCAPA TRANSECO2 PROTIFLY
AUVERGNE RHÔNE-ALPES	LEGEND MENTOR BABY SOCIÉTAL	TILKEE GENAE YUPWEGO BIOMEDE
AFRIQUE DU SUD	FONDATEURS FRANÇAIS FONDATEURS SUD-AFRICAIS	SHOPIT METSIA TENG

Anton Thomas,
Directeur des services de mobilité connectée de Michelin



« IL N'Y A PAS DE MOBILITÉ DURABLE SANS MOBILITÉ CONNECTÉE ».

Partenaire privilégié des Blue Ocean Awards, Michelin a décerné à l'occasion de la cérémonie du 11 mai dernier son Prix International de la Mobilité à deux startups, Tarmac Technologies et SUN Mobility. Une démarche qui s'inscrit dans la stratégie d'open innovation du groupe pour identifier et soutenir les entreprises françaises et internationales qui innovent dans les services de mobilité connectée, confirmant son rôle de leader du secteur.

PAR MARIE-CAROLINE SELMER

Pour quelles raisons avez-vous choisi de soutenir les BOA ?

ANTON THOMAS : Pour Michelin, qui a l'ambition de devenir une data driven company et un acteur majeur de la mobilité connectée, il est essentiel de s'appuyer sur une démarche d'open innovation. Cela passe par la création de joint-venture avec des partenariats stratégiques comme Argon&Co et Sigfox à l'origine de Safecube, une startup spécialisée dans l'optimisation de la logistique intercontinentale en suivant de bout en bout et en temps réel les conditions de transport des containers, mais aussi par le travail en collaboration avec des grandes écoles ou encore le soutien à des concours d'innovation comme les BOA.

Qu'est-ce qui vous a séduit chez Tarmac Technologies et SUN Mobility ?

A.T. : Ces deux entreprises ont toutes deux un fort potentiel de développement de services innovants pour rendre la mobilité plus sûre, plus efficiente, plus responsable et plus accessible. Aussi bien Tarmac et sa solution 100% digitale qui permet d'optimiser les opérations d'intervention au sol des avions pour réduire les retards aériens, que SUN Mobility dont l'offre s'appuie sur une

technologie d'échanges de batteries qui permet d'accélérer l'accès à la mobilité électrique dans les pays émergents.

Quelle est votre vision de la mobilité connectée ?

A.T. : Pour Michelin, il n'y a pas de mobilité durable sans mobilité connectée. Nous sommes convaincus que la connectivité des objets, qui représente déjà 1 million de véhicules et 15 millions d'objets chez Michelin, est un levier essentiel au développement d'une mobilité plus durable et plus respectueuse de l'environnement. À titre d'exemple, grâce à notre partenariat avec ProovStation, Michelin met à disposition des acteurs de l'inspection automobile sa technologie QuickScan, qui permet en 3 secondes de scanner un véhicule et ainsi digitaliser et augmenter la fiabilité de l'inspection des pneus. Nous travaillons également avec les constructeurs automobiles autour de la maintenance prédictive des pneus pour faciliter l'expérience de remplacement en lien avec nos revendeurs. D'ici à 2024, l'ensemble des pneus Michelin seront équipés de la technologie RFID pour tracer le pneu tout au long de son cycle de vie, et optimiser pleinement son potentiel.

Vous ambitionnez de devenir une data driven company. Quelles actions allez-vous mettre en place opérer cette transformation ?

A.T. : Nous allons développer, en lien avec les entreprises de l'écosystème de la mobilité, des plateformes pour agréger et traiter les flux d'informations dans une logique de services. Une architecture qui servira tant à nos clients gestionnaires de flottes qu'à nos partenaires intéressés par le développement d'insights au profit de leurs enjeux business. ●