



Tracking éthique ?

Format Workshop de 2 heures auprès de Kizy Tracking

Lieu Neuchâtel, parc technologique et industriel « Neode »

Output

- Un mapping des différentes finalités de la startup et un univers de valeurs pour chacune d'entre elles
- Un mapping des entités impactées négativement et les principaux défis éthiques soulevés
- Une liste préliminaire des valeurs de la startup

Follow-up

- Mapping détaillé et bases de communication alignées avec les valeurs de la startup
- Proposition de charte pour les collaborateurs
- Anticipation des défis éthiques spécifiques et plan de communication
- Document valeurs pour investisseurs présents et futurs

« Ce workshop a permis de clarifier les questions éthiques que mon équipe doit se poser. Facile d'accès et immédiatement utile. »

Alexandre Luyet, co-fondateur de la startup Kizy Tracking et initiateur du workshop.

Le monde de la logistique est touché de plein fouet par des évolutions technologiques majeures. La startup suisse «Kizy Tracking» veut apporter sa contribution au nouveau monde qui vient. Les défis éthiques sont nombreux.

Rendez-vous est fixé dans les locaux de Neuchâtel au sein du parc technologique et industriel «Neode». L'ambition de Kizy contraste avec la tranquillité du lieu. Les fondateurs de la startup veulent révolutionner la logistique mondiale en offrant une solution de tracking de marchandises. Le principe est limpide: chaque marchandise peut être dotée d'un tracker grand comme un paquet de cigarette, permettant ainsi le suivi en temps réel du parcours. Ce tracking en temps réel permet de créer une foule de nouvelles informations sur le parcours des marchandises, et ce sans passer par les entreprises de transport actuellement en position de force. Le contrôle sur cette information nouvellement créée changerait profondément certaines dynamiques du monde de la logistique.

Alexandre Luyet, l'un des co-fondateurs, a souhaité organiser une séance de travail avec ethix: Laboratoire d'éthique de l'innovation autour des défis éthiques de la disruption. Car c'est bien de cela dont nous parlons: une innovation radicale dans ses effets, capable de modifier en profondeur une branche économique. Un enchaînement parfois vertigineux entre innovation technologique et innovations commerciales, juridiques, politiques, sociales.

Cette ambition de disruption pose de nombreux risques éthiques pour une entreprise: communication interne et externe, motivation des collaborateurs, et dialogue avec les investisseurs. Pour parer à ces risques, il est nécessaire pour l'entreprise de se positionner sur ses valeurs et de développer une véritable ligne de conduite et de communication. Sans cette colonne vertébrale solide, la startup va au gré du vent, à la merci des moindres coups durs en matière de gestion d'équipe, de recrutement ou de communication.

Une question fondamentale : la finalité de l'innovation

Notre workshop de deux heures s'ouvre sur une question fondamentale : Quelle finalité poursuit l'entreprise ? Révolution, disruption et changements fondamentaux sont là pour décrire une méthode, une envie, mais pas pour exprimer des objectifs plus généraux. Selon Alexandre Luyet, la startup souhaite avoir un « impact positif ». Mais comment définir cet impact ?

Au terme de la discussion, quatre options pour définir cette finalité apparaissent :

« Rebattre les cartes »

La startup veut corriger un système de logistique perçu comme opaque et injuste. Elle veut redonner plus de pouvoir aux clients et aux entreprises de taille plus modestes.

« Révolution »

La startup veut accompagner la 4ème révolution industrielle en permettant aux acteurs de la logistique globale de profiter pleinement des opportunités offertes par le digital.

« Meilleure utilisation des ressources »

La startup veut impacter positivement l'utilisation des ressources naturelles en optimisant les processus de transport.

« Au service des clients »

La startup offre un service technologique aux acteurs de la chaîne logistique globale. Leurs opérations sont optimisées.

Chacune de ces réponses mobilise différents univers de valeurs qui devront être développés pour assurer la cohérence des choix de la startup.

La nécessité d'une éthique de la transition

De nombreux défis éthiques portent sur la transition entre cette situation « finale » et la situation actuelle : que faire des personnes, entreprises et collectivités impactées négativement durant cette transition ? Comment réagir face à ceux qui sont plus ou moins directement les « victimes » d'une volonté de disruption ?

Le workshop a permis la création d'un premier mapping de ces entités impactées négativement :

1. Les « petites mains » de la chaîne logistique globale (emplois plus ou moins précaires de la logistique mondiale)
2. Les villes-ports et les « hub » de transport (les lieux de cette logistique mondiale)
3. Les entreprises actuellement en position de force dans l'organisation de la logistique (par ex. transporteurs)

Chacune de ces entités sera impactée négativement par l'innovation proposée depuis Neuchâtel. L'analyse permet de clarifier les éventuels risques éthiques qui pèsent sur la startup. Doit-elle se préparer à des questions difficiles qui seront posées sur la situation de ces « perdants » ? Si oui, comment se positionner et garantir une ligne cohérente ? Tous les « perdants » listés ici ne sont pas à classer dans la même catégorie. Il convient par exemple de distinguer entre les personnes/entreprises qui ont longtemps profité du système actuel (position de force) et les personnes/entreprises qui ont simplement travaillé avec le système actuel.

Anticipation éthique

De manière générale, la préparation à ces risques éthiques est essentielle pour accompagner l'évolution de la startup. La cohérence éthique a un impact majeur sur la motivation de l'équipe actuellement en place. Les collaborateurs sont plus efficaces s'ils savent pourquoi ils travaillent et s'ils partagent la finalité visée et les méthodes utilisées. C'est particulièrement vrai si la startup est active à travers plusieurs pays, avec des gens ayant des profils et des parcours très différents. Les valeurs sont le lieu où l'identité de la startup doit être développée.

Cette intégrité est essentielle au recrutement de nouveaux collaborateurs. La responsable RH doit être en mesure d'expliquer le « Pourquoi » et le « Comment » de la startup afin d'engager une discussion de fond avec les candidats. Les jeunes générations sont à la recherche d'entreprises capables de leur présenter un travail ayant du sens, en lien avec certaines valeurs. A cette condition, ils acceptent de se lancer dans un projet.

Finalement, ce travail d'anticipation est essentiel pour la communication de la startup. Une communication interne, avec les collaborateurs et les investisseurs, afin d'assurer la confiance. Les investisseurs accordent une importance toute particulière à la cohérence de l'équipe et du projet, elle-même condition de la réussite économique de la startup. Une communication externe avec les ressources pour se préparer à des « shitstorms » visant les éventuelles incohérences de la startup, ses effets négatifs ou ses activités commerciales potentiellement sensibles.

Output

Après deux heures de workshop, nous avons produit :

- Un mapping des différentes finalités de la startup et un univers de valeurs pour chacune d'entre elles
- Un mapping des entités impactées négativement et les principaux défis éthiques soulevés
- Une liste préliminaire des valeurs de la startup

Un nouveau workshop pourrait porter sur les follow-up suivants :

- Mapping détaillé et bases de communication alignée avec les valeurs de la startup
- Proposition de charte pour les collaborateurs
- Anticipation des défis éthiques spécifiques et plan de communication
- Document valeurs pour investisseurs présents et futurs

ethix – Laboratoire d'éthique de l'innovation est soutenu par Engagement Migros, le fonds de soutien du groupe Migros.

ENGAGEMENT
UN FONDS DE SOUTIEN DU GROUPE MIGROS

A propos d'Engagement Migros

Le fonds de soutien Engagement Migros permet le développement de projets pionniers qui ouvrent de nouvelles voies en expérimentant des solutions innovantes dans une société en mutation. Cette approche pragmatique combine soutien financier et services de coaching dans le cadre du Pionierlab. Engagement Migros existe grâce à l'apport annuel de quelque dix millions de francs des entreprises du groupe Migros; depuis 2012, il constitue un complément au Pour-cent culturel Migros. Plus d'informations sous: www.engagement-migros.ch