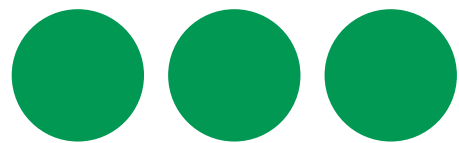


The image features a minimalist design with overlapping teal and lime green rectangular blocks. The title 'DEVELOPPEMENT DURABLE' is centered, with 'DEVELOPPEMENT DUR' in white on a teal background and 'ABLE' in black on a lime green background. Below the title are three teal circles.

# DEVELOPPEMENT DURABLE



## 1.4 « On imagine une manière de faire mieux que La dernière conférence internationale sur le climat »

La COP21 a fait l'objet d'un battage médiatique assez important, en tout cas de notre point de vue français car elle avait lieu chez nous. La COP21 avait pour objectif de rassembler tous les chefs d'état autour d'engagements communs afin de limiter l'impact des activités humaines sur l'environnement ainsi que la lutte contre le réchauffement climatique. Sur le papier l'évènement était majeur : 195 pays réunis, un budget communication impressionnant et une ambition de limiter le réchauffement mondial d'1.5 à 2 degré. Toutefois cela n'a pas été si simple.

Cause première : un désintérêt énorme du public pour cet évènement. Le sujet n'intéresse pas, soit parce qu'il est trop éloigné de l'environnement immédiat des personnes, soit parce qu'en période de crise économique et de chômage de masse, on s'imagine que l'urgence réside plus dans l'emploi que dans l'écologie.

Plus croissance que décroissance. Si le gouvernement s'est félicité que « la France a très largement œuvré au succès de la Conférence de Paris ; jamais un enjeu n'avait rassemblé autant de chefs d'État et de gouvernement, jamais il n'y avait eu autant de contributions nationales. » D'autres ont été beaucoup plus critiques notamment sur les dispositions de l'UE après la COP 21. En effet, l'objectif actuel de l'UE, fixé en 2014, d'une baisse des émissions de gaz à effet de serre de 40% (par

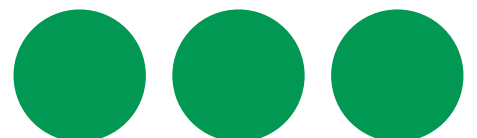
rapport à ses niveaux de 1990) d'ici 2030 est basé sur un objectif de limitation d'une hausse des températures de 2°C. Greenpeace dénonce une «évaluation décevante» de la part de l'exécutif européen qui renvoie toute discussion sur la définition de nouveaux objectifs climatiques à 2023.



La préparation de la COP avait aussi été hasardeuse. Tout d'abord un bel imbroglio politique puisque la guerre faisait rage entre Laurent Fabius et Ségolène Royal pour savoir qui aurait la charge du dossier. En tant que respectivement patron de la diplomatie et patronne de l'Écologie, les deux ministres voulaient évidemment récupérer l'évènement. Au vu du site de la COP21 on n'a plus de doutes sur le vainqueur de ce duel. Ségolène Royal a en effet remplacé Laurent Fabius le 17 février dernier.

Outre ces bisbilles franco-françaises le sens même de la COP21 avait été fragilisé quelques jours avant lorsque, prenant le contre-pied du président François Hollande qui invoquait la possibilité d'utiliser des contraintes pour obliger les pays à respecter leurs engagements écologiques, le secrétaire d'état américain John Kerry a déclaré que « Les USA n'accepteront aucune contrainte d'aucune sorte ».

Comment faire mieux avec la COP22 ? Ne pas la faire. Comme on a pu le voir avec la France, ce genre d'évènement ressemble plus à un énorme déballage de communication d'états qui ne vont certainement pas ralentir leurs productions et leur croissance au profit du climat. On peut citer l'un des ambassadeurs du sommet de Rio de 1992, Stephan Schmidheiny, milliardaire suisse. Il a été condamné en 2012 à 16 ans de prison en raison de son implication dans le scandale de... l'amiante.



## 1.2 « on présente une innovation technologique qui va favoriser une véritable transition environnementale »

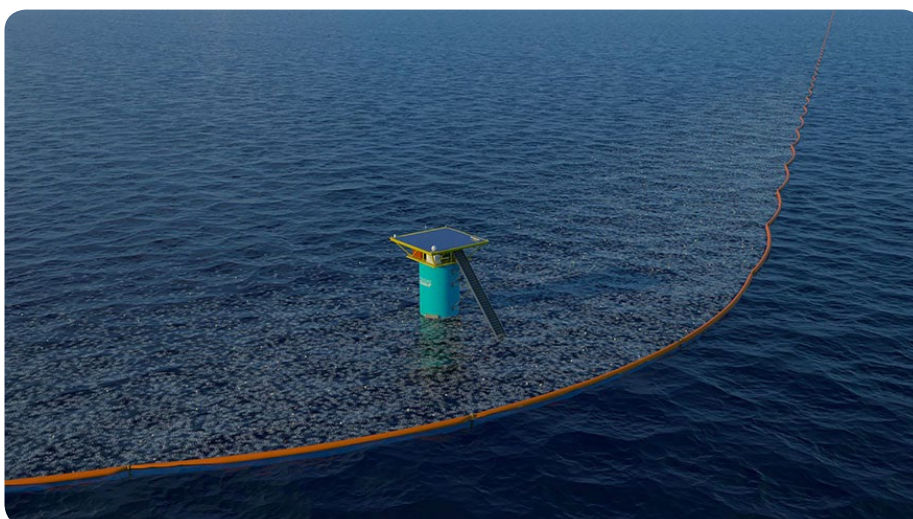
Un jeune néerlandais de 19 ans, Boyan Slat avait inventé en 2014 un système révolutionnaire capable en théorie de nettoyer l'intégralité des océans en cinq ans. Son idée était aussi simple que géniale.


Une barrière géante en forme de V qui rassemblerait tous les débris de plastique grâce à la force motrice des courants marins. Barrière qui laisserait passer le plancton et les poissons. Lorsqu'il a présenté son projet The Ocean Cleanup à des chercheurs, ces derniers étaient stupéfaits. L'idée était en effet à la fois très simple et brillante.



Et le projet a dépassé le stade de l'idée puisqu'il devrait être testé fin 2016. The Ocean Cleanup sera d'abord déployé au large de la côte de Tsushima, une île située entre le Japon et la Corée du Sud. Là-bas, le problème de la pollution au plastique atteint des records. Le système de 2 kilomètres de long sera la plus grande structure flottante de l'histoire du monde !

sur une bonne nouvelle, pas sur une conférence dont l'issue, c'est-à-dire un compromis sans contrainte, n'intéressera personne tant c'était joué d'avance.





Un moyen simple d'éradiquer « le 7e continent », ce nom qu'a donné la communauté scientifique aux milliers de tonnes de plastique qui flottent à la surface des continents.

Un projet innovant et simple permettant de préserver l'écosystème de nos océans qui couvrent 75% de la surface terrestre. Autrement plus efficace que la COP21 puisqu'il propose une solution simple à un problème que tout le monde pensait insolvable.

Ce genre d'initiative a de quoi rassurer les défenseurs de l'environnement. Le cerveau d'un adolescent est plus efficace que ceux de 190 chefs d'états rassemblés. Pas besoin pour cela de milliards d'euros dépensés en communication pour parler d'un problème sans solutions. Boyan Slat a trouvé une solution et la communication s'est faite d'elle-même. Le public communique naturellement sur une bonne nouvelle, pas sur une conférence dont l'issue, c'est-à-dire un compromis sans contrainte, n'intéressera personne tant c'était joué d'avance.

La transition n'est pas seulement environnementale. Elle touche aussi le secteur industriel.

## 1.3 « on observe une réponse proposée face à La nouvelle révolution industrielle à venir »

Dans le programme Industrie du futur d'Emmanuel Macron, qui succède aux 34 plans pour la Nouvelle France industrielle d'Arnaud Montebourg, le numérique est partout. Des centaines de PME et ETI (entreprises de taille intermédiaire), sont déjà engagées dans la dynamique du projet et un grand salon de l'Industrie du Futur aura lieu à Paris fin 2016.

Le programme Industrie du future a pour objectif de relancer l'investissement des entreprises dans leur outil industriel et d'opérer la transformation des modèles d'affaires par le numérique. Ce programme concentre en 10 solutions les 31 anciennes (l'usine du futur devient la priorité, l'e-éducation rejoint le plan numérique pour l'école et les énergies renouvelables, la filière stratégique). Ces "solutions" visent spécifiquement le développement d'une industrie numérique française, en capitalisant sur les atouts nationaux et les travaux engagés dans les 12 plans numériques de la nouvelle France industrielle.

Pour Emmanuel Macron, l'"usine du futur", première de ses 10 "solutions", doit être la pierre angulaire, la "matrice" des autres. Cette "phase" consiste à soutenir la modernisation de l'outil industriel français, en particulier dans les PME et ETI à les inciter à mieux prendre en compte la dimension numérique et à promouvoir la formation de leurs salariés en conséquence.

Concrètement, les PME et ETI vont bénéficier d'un "accompagnement" dans leur modernisation : 2.000 d'entre elles bénéficieront d'un diagnostic personnalisé d'ici



à la fin 2016. Le programme entend aussi se donner davantage de visibilité avec au moins 15 "projets vitrines" d'ici à la fin 2016 et un grand événement à Paris à l'été 2016 s'inspirant de la foire industrielle de Hanovre.



En terme de numérique, la première solution, baptisée "Économie des données" rassemble les plans big data, supercalculateurs et cloud computing. Que faire des milliards de données en circulation aujourd'hui, notamment sur internet

En poursuivant le travail entamé, notamment pour encourager le développement de ces technologies par les acteurs publics et privés français, cette solution devrait aider au développement d'acteurs majeurs, et les start-up en pointe dans les big data à grandir à l'international.

Son objectif pour 2020 est de créer et consolider 137 000 emplois grâce au big data et de maîtriser la technologie critique des supercalculateurs exascale (1 milliard d'opérations par seconde). Le chemin est plutôt bien engagé.

La seconde solution numérique a été baptisée "Objets intelligents". Objets connectés, robots, services sans contact, réalité augmentée, textiles innovants... Ce projet vise à faire de la France un leader des produits et services du futur. Elle a notamment pour objectif d'ici à 2020 de conquérir 8 mil-



lions de clients en paiement mobile et de déployer une application de billetterie interopérable dans 50% des villes de plus de 200 000 habitants. Elle vise surtout à relocaliser la production de 20% des objets connectés par les entreprises françaises, notamment grâce à la cité des objets connectés inaugurée l'année dernière à Angers ! Un objectif qui ne peut être atteint sans un investissement massif dans l'outil de production ! Là encore, les plans ont bien avancé les chantiers.

Intitulée "Confiance numérique", la troisième solution digitale fédère, vise à moderniser nos satellites, développer notre réseau télécom et internet, renforcer notre cybersécurité... Cette "solution" doit protéger et renforcer la souveraineté française en matière de numérique.

Bercy n'a d'ailleurs pas vraiment l'air d'y croire. Les principaux objectifs assignés pour 2020 à cette solution sont encore très segmentés : multiplication par deux des capacités de production du site de Crolles, développement de la 5G pour multiplier par mille la capacité des réseaux, porter à 30% la croissance annuelle des parts de marché de la cybersécurité à l'export et à 50% la part du tout électrique dans la vente de satellites.

---

Industrie du Futur : transformer le modèle industriel par le numérique; <http://www.economie.gouv.fr/> 18/05/2015  
L'Industrie du futur se fixe 4 priorités technologiques dont 3 numériques ; <http://www.usine-digitale.fr/> 10/02/2016  
Industrie du futur; <http://www.la-fabrique.fr/>

**Le numérique est une réponse à la nouvelle révolution industrielle, mais il est aussi un outil au service de la communication interne des entreprises.**

## 1.4 « on D'écrit une réaction DURABLE DES ENTREPRISES face à L'éVOLUTION DU TRAVAIL »

L'arrivée d'Internet et des technologies de la relation ont enclenché une transformation radicale du travail, notamment en termes d'organisation. Les entreprises ont dû développer de nouveaux modes d'organisation, le travail collaboratif en est un exemple. Dans les entreprises, le travail tend à être de moins en moins fondé sur l'organisation hiérarchisée traditionnelle.

Il est souvent collaboratif et collectif : il fait interagir plusieurs collaborateurs pour la réalisation de tâches qui visent à atteindre un but commun. La collaboration en entreprise se met à l'ère du 2.0. Les collaborateurs travaillent de plus en plus avec les technologies de l'information et de la communication, notamment les plateformes sur Internet. Parmi les nouvelles pratiques mises en place, figurent les réseaux sociaux d'entreprise pour améliorer la communication interne. Le cabinet de conseil TNP publie en novembre 2015 une enquête sur la transformation numérique de trente-quatre grandes entreprises françaises, dont la plupart a plus de 3 000

salariés. Parmi elles : Natixis, Snecma, Gefco, HP, Sopra, AXA, Maif, La Banque Postale. L'étude révèle que parmi les principaux leviers de mise en place d'une culture digitale dans l'entreprise, figurent le développement de la transversalité par le déploiement de réseaux sociaux d'entreprise (50%) et la mise en oeuvre du travail collaboratif (47%).

Certaines entreprises utilisent un intranet pour partager des documents facilement, d'autre un réseau social d'entreprise plus axé sur la conversation. Les réseaux sociaux d'entreprise (RSE) font partie des projets numériques les plus récemment mis en place (dans 26% des cas).

Les professionnels ont à leur disposition de très nombreux outils sur les plateformes de téléchargement d'applications en ligne (App Store, Google Play, etc.) leur permettant de communiquer en eux (e-mail, chat ou vidéo conférence). Il est aussi possible pour les salariés de stocker des fichiers volumineux et y avoir accès de partout sur le cloud (Dropbox, Drive

etc.) ainsi qu'échanger sur l'activité de l'entreprise grâce aux réseaux sociaux d'entreprise (Yammer, Jive, etc.).

Par ailleurs, une conséquence de ces technologies de la relation est la flexibilité du travail en termes d'espace et de temps. Il est aussi possible pour tout salarié possédant un device intelligent (tablettes et smartphones) de travailler d'où il veut et à n'importe quelle heure, avec donc plus de flexibilité. Un manager peut par exemple diriger son équipe à distance. Toutefois, le développement du télétravail reste marginal, notamment du fait de la culture managériale qui associe le contrôle et la présence.

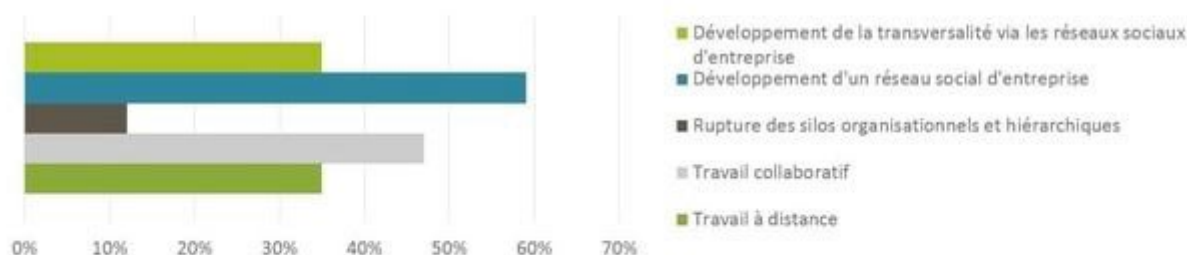
Si les entreprises ont à leur disposition tous ces outils, elles n'ont pas forcément la possibilité financière de s'en emparer. Mais très souvent, les salariés utilisent leurs devices intelligent et leurs applications personnelles dans le cadre professionnel.



Cette culture du digital passerait, aussi, par la capacité à saisir de nouvelles opportunités technologiques. Sur ce point, une large majorité des organisations interrogées par TNP affirment s'être déjà engagées dans des réflexions ou des projets sur le front des objets connectés.

En 2012, 15 milliards d'objets connectés ont été recensés dans le monde. Selon les estimations ce chiffre dépassera les 80 milliards en 2020. Ainsi, la révolution dans le travail collaboratif en mobilité a débuté et ne va cesser de croître. Le progrès des nouvelles technologies laisse à penser que des services intelligents, autonomes et capables de remplacer totalement les outils mobiles actuels continueront de transformer l'organisation du travail. Et avec l'arrivée progressive sur le marché de l'emploi de la génération Y, hyper connectée, le travail collaboratif en mobilité sera de plus en plus ancré dans l'ADN des entreprises. Cette génération contribuera d'alimenter les applications et les devices mobiles (smartphones, objets connectés, etc.) utilisés à des fins professionnelles.

### Modalités de mise en œuvre d'une culture digitale



[http://www.tnpconsultants.com/sites/default/files/documents/TNP\\_LivreBlanc\\_Transformation-Digitale2015.pdf](http://www.tnpconsultants.com/sites/default/files/documents/TNP_LivreBlanc_Transformation-Digitale2015.pdf)

**POUR S'HABITUER À UN CHANGEMENT DURABLE ET ASSIMILER L'ÉVOLUTION PERPÉTUELLE DE L'ENVIRONNEMENT, UNE ADAPTATION CONTINUE EST NÉCESSAIRE. POUR CE FAIRE, LE MONDE DE DEMAIN ATTEND DE SES ACTEURS QU'ILS DÉVELOPPENT LES COMPÉTENCES PERMETTANT LA CONDUITE ET L'ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT.**

## 2.1 « On apprend une compétence essentielle pour un monde durable demain »

Une fois de plus, en 2016, aucun classement de la phrase la plus bateau du monde n'a été dévoilé. Nous ne savons donc toujours pas si « en avril ne te découvre pas d'un fil » a plus de succès que « l'habit ne fait pas le moine » dans les dîners mondains. Nous pouvons cependant parier sans prendre trop de risques que la phrase « le monde change à toute vitesse » aurait tenue bonne place dans ce classement imaginaire. Il est intéressant de remarquer que cette dernière sonne le plus souvent, que l'émetteur le veuille ou non, comme une mise en garde : « le monde change à toute vitesse... gare à vous ! » Cependant, le changement constitue-t-il par essence une menace pour l'homme et la société ?

Il suffit d'avoir un jour ouvert un livre d'histoire (ou même une bande dessinée d'Astérix) pour se rendre compte que nos sociétés n'ont cessé de muter depuis la nuit des temps pour façonner celle que nous connaissons aujourd'hui. Cependant on pourrait aisément se laisser porter à croire, en écoutant certaines phrases de moussail-

lon, que ce phénomène est nouveau et propre aux sociétés du troisième millénaire. Si l'explication ne se trouve pas dans un manque de connaissance ou de documentation – Le Papyrus de César est paru en octobre 2015 – elle se fonde davantage dans la nature des changements que nous observons aujourd'hui. Ceux-ci, technologiques notamment, sont en effet de plus en plus nombreux et se succèdent à une cadence encore inconnue pour l'homme.

L'un des enjeux majeurs du monde de demain semble ainsi de réussir à créer du « durable » dans un environnement en perpétuelle évolution. Le terme de changement étant a priori neutre, celui-ci peut aussi bien se révéler être une menace qu'une opportunité, qu'il concerne un particulier ou une entreprise. C'est à cette dernière que le champ de notre réflexion s'étendra ici. Alors que l'éclatement de la bulle internet n'est déjà qu'un lointain souvenir, que le web 2.0 s'apprête à disparaître au profit de « l'internet de l'objet » [1] et que la Silicone Valley crie chaque trimestre à la « révolution » [2], les

entreprises voient leur environnement et leurs outils de travail muter quasi-continuellement. Des évolutions qui ne se révéleront menaces ou opportunités qu'une fois ces changements appréhendés. Construire un projet durable, aussi bien à l'échelle d'une entreprise qu'à celle d'un travailleur, relève donc de notre capacité à conduire ces évolutions vers l'horizon souhaité.

Il s'agit donc de s'habituer à un changement durable et d'assimiler l'évolution perpétuelle par une adaptation continue. Pour ce faire, le monde de demain attend de ses acteurs qu'ils développent les compétences permettant la conduite et l'accompagnement du changement. Ces compétences les entreprises les appellent de leurs vœux, si bien que les écoles de management intègrent déjà cette problématique dans leur offre de formation.





A la lecture des programmes de formation que l'on peut trouver sur les sites web d'écoles de management, ou en parcourant les thèses de Christian Hohmann[3], le manager « parfait » face au changement apparaît sous un jour paradoxal. Doté de compétences multiples et extrêmement variées, à la manière d'un super héros, il se doit dans le même temps de faire montre de qualités des plus humaines. Cette apparente contradiction est cependant parfaitement assumée par l'auteur de Lean Management[4], pour qui « le changement est une nécessité paradoxale en ce sens où il est le plus souvent indispensable de changer pour maintenir le status quo. » Une sentence qui n'est pas sans rappeler le paradoxal changement durable évoqué précédemment. S'inscrire durablement dans le changement n'est donc pas une utopie et réclame même des compétences très concrètes. Il est tout d'abord nécessaire d'être en « alerte » permanente, sans cesse attentif aux évolutions de son environnement. Cette première compétence doit impérativement se voir complétée par une qualité d'analyse. Les tendances éphémères étant tout autant voire plus nombreuses que les mutations formelles et structurelles effectives, il est essentiel pour un bon manager de ne pas perdre son sang-froid face au changement, au risque de crier à la « révolution » à chaque Google Alerte. Une fois la tendance de fond identifiée et comprise, le manager se doit d'en mesurer l'impact

potentiel sur l'activité de son entreprise et d'en tirer une vision en forme d'objectif pour l'ensemble de ses collaborateurs. Une fois sa capacité de projection éprouvée, le manager doit encore transmettre sa vision et fédérer le groupe autour d'un projet commun. Cela passe par la verbalisation mais aussi grandement par l'écoute, qui offre au manager des indices sur la meilleure manière de mener le processus d'assimilation du changement. Ces indices seront également utiles pour la dernière mission du manager, celle du suivi, indispensable à la réussite finale de ce processus. Pour cette dernière étape le manager doit faire appel à l'ensemble des qualités précédemment mobilisées. Il doit être attentif aux réticences et éventuelles difficultés rencontrées, capable d'une analyse fine pour les comprendre et les dépasser et enfin inspirant dans sa manière de diffuser et de partager sa vision tout au long de la conduite du changement.

Bien qu'il puisse sembler que nous ayons fait ici que dérouler une longue liste de compétences, l'avènement d'un « monde durable demain » dépend plus simplement de la faculté de chacun à adopter une attitude de meneur, de cette capacité à faire un pas en avant lorsque les autres se pétrifient. Comme un capitaine à la barre maintient son cap, le leader mène durablement son navire à travers les flots et remous du changement.

---

[1] Appellation employée par certains pour désigner le web 3.0, à laquelle d'autres préfèrent le terme de « web sémantique »

[2] Marque déposée par Apple Inc., Think different !

[3] Senior Manager chez MARRIS Consulting et auteur, notamment, du Guide pratique des 5S et du management visuel, Éditions d'Organisation, 2006

[4] Christian Hohmann, édition Eyrolles, 2012, lauréat du prix AFISI 2012

## 2.2 « on s'inspire de cette start-up pour créer son projet smart »

« Le gaspillage alimentaire pèse 89 millions de tonnes par an dans l'Union européenne », pouvait-on lire il y a tout juste un an dans les colonnes du Figaro (13/04/2015). Alors que le dégel de la crise laisse tout juste apparaître les premiers bourgeons de relance et que la gestion des ressources naturelles apparaît comme l'un des enjeux les plus importants de notre siècle, le gaspillage alimentaire devient l'ennemi public numéro 1.

### **Les start-ups, fer de lance de la lutte anti-gaspillage**

Depuis quelques années une véritable croisade est lancée contre ce fléau et se sont les entrepreneurs qui sonnent la charge. En 2012 déjà, deux Bretons lancent le site Zéro-Gâchis qui recense quotidiennement des denrées approchant la date limite de consommation que les enseignes partenaires offrent à prix réduits. Répondant aussi bien au problème de la baisse du pouvoir d'achat des ménages, du à la crise, qu'à celui du gaspillage de masse, cette initiative a créé des émules comme la start-up belge Foodwe dont nous nous inspirerons ici pour créer notre « projet smart ». Cette dernière, née en Belgique en 2014 et lancée simultanément en France, en et au Royaume-Uni, combine la logique du don à un souci d'optimisation des stocks. D'une part, elle invite les producteurs et distributeurs à publier une annonce sur son site Foodwe.fr afin de faire don de leurs produits consommables mais jugés invendables à des associations. D'autre part, les distributeurs peuvent, toujours sur ce même site, offrir leurs produits propres à la consommation mais dont la demande n'est pas ou plus au rendez-vous, à des prix cassés (au maximum 60% du prix initial). Le credo des fondateurs de Foodwe se résume donc ainsi : « ne plus jeter

et mieux valoriser ces produits alimentaires ». C'est cette logique que nous tenterons ici de décliner en imaginant une nouvelle start-up anti gaspillage.

### **C'est quoi au fait une start-up ?**

Un passage par la case définition n'étant jamais superflu, tout particulièrement pour un terme dont le langage contemporain abuse, nous nous pencherons sur ce qu'internet a à nous apprendre sur le terme si tendance de start-up. Une fois n'est pas coutume, la toile, terreau des première « jeunes pouces » de l'économie, surpassera ici tout ouvrage de bibliothèque, profitons-en ! Selon Wikipédia, une start-up « est une jeune entreprise innovante à fort potentiel de croissance qui fait souvent l'objet de levée de fonds. » La section « lexique économique » du site des Echos, quant à elle, nous apprend qu'une start-up « est une entreprise qui vient d'être lancée [...] Elle n'a pas de passé, ni d'actifs corporels importants, elle évolue souvent dans un environnement technologique très mouvant et ses flux de trésorerie disponibles [à ses débuts] sont négatifs. Son niveau de risque spécifique est très élevé [...] elle se finance par capitaux propres. » Une start-up est donc par essence appelée à changer de statut, du moins si elle rencontre le succès escompté par son ou ses créateurs. Elle ne serait donc qu'une entreprise en devenir, voire une multinationale en puissance pour les plus ambitieux.



## SoCloth, so smart !

Zéro-Gâchis et Foodwe ne sont peut-être plus tout à fait des start-ups et SoCloth, le projet smart tant attendu, n'en est pas (encore) une. Si le gaspillage alimentaire est le plus révoltant à l'heure où le nombre de personnes en sous-nutrition dans le monde s'élève à plus de 2 milliards[1], les denrées non-désirées et pourtant consommables ne sont pas les seules à garnir nos décharges. En effet le gâchis vestimentaire apparaît lui aussi comme une des conséquences néfastes de notre mode de consommation contemporain et c'est à ce problème que l'entreprise SoCloth tenterait d'apporter une réponse, en prônant notamment une meilleure gestion des ressources par le recyclage et une valorisation des produits.

Le recyclage vestimentaire, vers un jeu à somme nulle

En 2012, deux français sur trois[2] avouaient avoir acheté des vêtements qu'ils n'ont finalement jamais portés. Certes ce chiffre semble moins effrayant au premier abord que ceux évoqués précédemment sur le gâchis alimentaire et la mal-nutrition, mais il renvoie cependant à des enjeux similaires. La production de textile, au même titre que celle du papier, est par essence liée aux ressources forestières de notre planète et, malheureusement, à leur épuisement. Ce constat ne date évidemment pas d'aujourd'hui. Il y a quinze ans déjà, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture estimait les pertes annuelles de forêts naturelles à 16,1 millions [3] d'hectares au niveau mondial. En tentant de répondre à ce problème, le projet SoCloth fait écho à celui de Foodwe dans sa volonté de promouvoir une meilleure gestion des ressources à travers le recyclage. Cette

initiative invite les internautes à se débarrasser des vêtements qu'ils ne souhaitent pas ou plus porter en les déposant dans le local SoCloth le plus proche de chez eux. Comme le fait par exemple Emmaüs, les vêtements en bon état seraient vendus à prix cassés sur le site SoCloth.fr. Les vêtements plus abîmés ne seraient pas pour autant laissés pour compte. Le recyclage du textile, que pratiquent des entreprises comme Le Relais, permettrait en effet d'utiliser également ces produits usés en faisant du neuf avec de l'ancien. Le recyclage présente le double avantage d'obtenir une matière première à moindre coût mais également de créer de nouveaux emplois, en plus de ceux déjà induits par la collecte et le tri.

Contrairement au gâchis alimentaire, le gâchis vestimentaire ne s'explique pas uniquement par l'« obsolescence » des produits. En effet des vêtements déjà achetés peuvent ne se trouver jamais portés en raison, par exemple, d'un simple changement de mode. Cette dévalorisation touche également les vêtements « recyclés » qui trouvent plus difficilement grâce aux yeux des consommateurs que les jeans sciemment déchirés des centres commerciaux. Il apparaît donc essentiel pour renforcer l'efficacité du projet SoCloth de pouvoir inciter les internautes, non seulement à céder leurs vêtements, mais également à choisir leurs nouvelles tenues parmi les vêtements recyclés que propose le site. Pour ce faire SoCloth s'engage à récompenser la générosité des « légataires » en leur offrant des bons d'achats (proportionnels à la quantité et à la qualité des vêtements cédés) afin qu'ils renouvellent leur garde-robe en piochant dans celle des autres. Ainsi en incluant les internautes dans ce jeu à somme nulle, SoCloth entend lutter contre le gaspillage vestimentaire à plus d'un titre !

---

[1] Source : Organisation mondiale de la santé (OMS)

[2] Source : étude BVA réalisée en 2012

[3] Source : Situation des forêts du monde 2001, FAO, 2001



SI LES START-UP PEUVENT INVENTER DE NOUVEAUX CONCEPTS POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE, LES ENTREPRISES ELLES, DOIVENT REPENSER LEUR MODÈLE SI ELLES VEULENT QUE LEUR DÉVELOPPEMENT RÉPONDE AUX BESOINS DU PRÉSENT SANS COMPROMETTRE LA CAPACITÉ DES GÉNÉRATIONS FUTURES À RÉPONDRE À LEURS PROPRES BESOINS.

## 2.3 « ON S'INSPIRE DE CETTE START-UP POUR CRÉER SON PROJET smart »

Schneider Electric est le spécialiste mondial de la gestion de l'énergie. C'est un groupe industriel européen, dont le siège social est basé à Rueil-Malmaison. L'entreprise fabrique et distribue des produits de gestion de l'électricité, des automatismes et des solutions adaptées à ces métiers. La marque affiche sur son site internet l'ambition "d'oeuvrer pour un monde où chacun pourra tirer le meilleur de son énergie grâce à l'innovation et à la collaboration, préservant ainsi nos ressources communes".

Comment s'incarne cet engagement de Schneider Electric au sein de son activité ?

Pour apporter un éclairage sur cette question, nous pouvons nous intéresser au programme d'accès à l'énergie pour tous, lancé par la direction du développement durable en 2009, appelé Bipbop, le diminutif de "Business, Innovation and People at the Base of the Pyramid". Ce programme part du constat que la satisfaction de nombreux besoins (alimentation, santé, communication...) dépend notamment de l'accès à l'énergie. Or, 1,4 milliard d'habitants de la planète n'ont pas accès à l'électricité. Le tryptique Business, People et Innovation tente de dépasser les limites du modèle classique. Il s'agit donc simultanément de :

- piloter un fonds d'investissement soutenant les jeunes entreprises contribuant à l'électrification des territoires,
- développer des solutions adaptées à des situations de pauvreté différentes. On peut noter par exemple, le cas d'un système d'éclairage distribué en Inde, composé d'une lampe, d'une batterie et d'un mini panneau

solaire. Le kit est vendu au plus bas prix, parfois avec l'aide du micro-crédit.

- aider les jeunes à se former aux métiers de l'électricité.

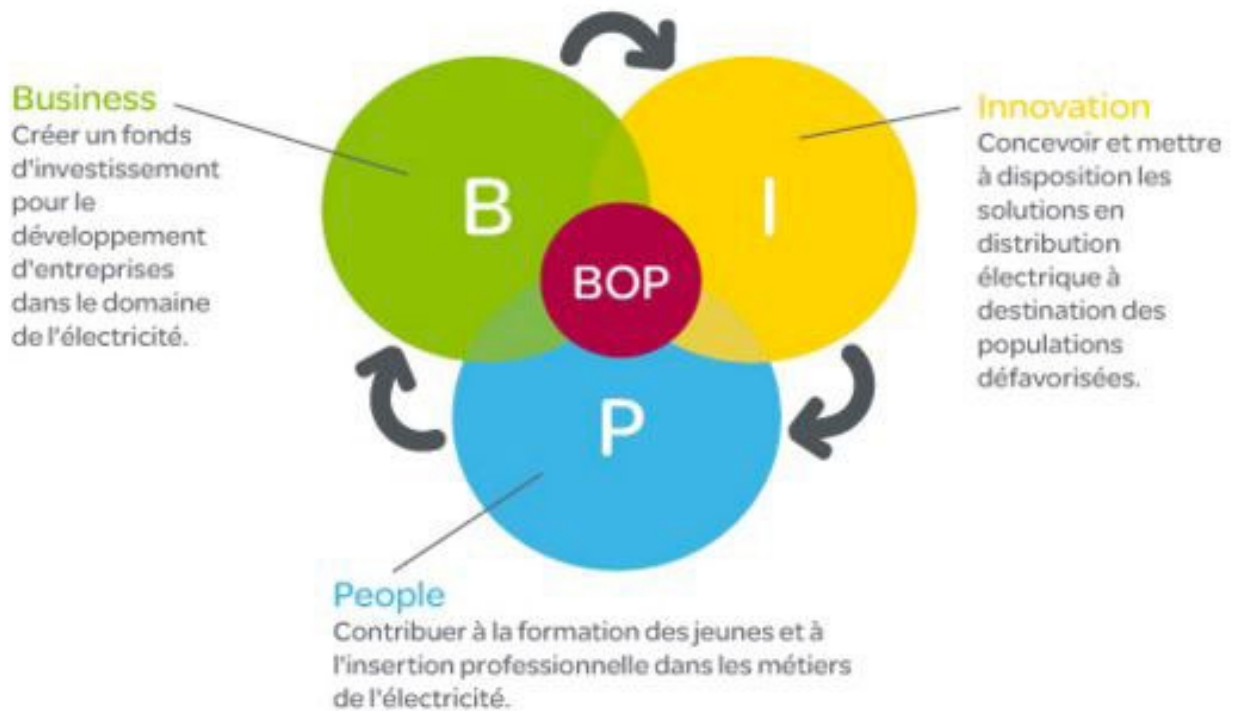
Cette démarche, lancée par Gilles Vermot-Desroches, a pour objectif de "former, investir, inventer des produits et développer des partenariats".



Le cas d'In-diya, un système d'éclairage distribué en Inde permet par exemple d'illustrer l'axe innovation du programme d'accès à l'énergie de Schneider electric. Son objectif est de permettre aux population de bénéficier d'une solution d'éclairage propre, sécurisée et durable alors qu'elle est privée d'accès à un réseau électrique. Ainsi, Schneider Electric innove en partant du besoin local et du contexte des populations.

On peut noter par exemple, le cas d'un système d'éclairage distribué en Inde, composé d'une lampe, d'une batterie et d'un mini panneau solaire. Le kit est vendu au plus bas prix, parfois avec l'aide du micro-crédit.

## Le programme "BipBop\*\*"



"A la rencontre des entrepreneurs qui changent le monde", Matthieu Dardailon et Jonas Guyot  
<http://www.schneider-electric.com/ww/en/>  
<http://www.plateformesolutionsclimat.org/solution/une-solution-declairage-solaire-portable-et-polyvalente/>

LES START-UP ET LES ENTREPRISES S'ENGAGENT POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE. MAIS CE DÉFI PEUT AUSSI ÊTRE RELEVÉ PAR UNE PERSONNE QUI A TROUVÉ LA BONNE IDÉE POUR CHANGER LE MONDE.

## 2.4 « ON S'INSPIRE DU HÉROS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE QUI CHANGE LE MONDE »

Né en 1983, Corentin de Chatelperron est un ingénieur et aventurier français, à l'initiative du courant "low-tech". Récit de la fabrique de ce "héros du développement durable" qui change le monde.



Tout commence en 2009 au Bangladesh, lors d'un stage sur le chantier naval Tara Tari, où sont développés et produits des bateaux in-subsmergibles et durables. Corentin a alors l'idée de remplacer la fibre de verre - matériau principal employé dans le secteur - par de la fibre de jute, une plante très répandue dans la région. Il découvre après quelques essais le potentiel de cette fibre et décide de construire un voilier, Tara Tari composé à 40% de cette dernière. Pour prouver les capacités de résistance du composite, il se lance dans une aventure: rejoindre la France à bord du navire. En 2010, après 6 mois de navigation, l'opération est un succès, ce qui lui permet d'être soutenu par de nouveaux partenaires. Corentin peut alors lancer son projet de recherche au Bangladesh visant à améliorer les performances du matériel pour construire un voilier 100% composite de jute. Plusieurs personnes qualifiées se joignent peu à peu à Corentin pour aider au développement du projet. "Gold of Bengal" voit le jour en 2013 et le jeune ingénieur a une nouvelle idée en tête :

partir 6 mois en solitaire sur le Golf du Bengale avec l'ambition de "naviguer en autonomie". Pour ce faire, l'équipe installe de quoi "survivre" à bord : une serre, un dessalinisateur... et même des poules !

Au fil du temps, le projet et la vision grandissent. Lors de ses aventures en mer, Corentin a pu réfléchir au sens du progrès. Il constate que les connaissances d'un seul homme ne peuvent suffire pour atteindre l'autonomie, d'où l'intérêt de réunir des spécialistes. Par ailleurs, il réfléchit sur comment rendre accessible l'innovation au plus grand nombre. Une certitude naît : des solutions simples et durables pourraient bénéficier à tous, mais il manque de recherches et de mise en synergie des inventions. C'est donc cette année, en 2016, que l'équipe hisse à nouveau les voiles et lance l'expédition "nomade des mers" pour un tour du monde "low-tech", d'une durée de trois ans, à la recherche des inventeurs les plus inspirants et des technologies les plus ingénieuses. De cette démarche originale ressortent plusieurs objectifs : expérimenter les low-tech, démontrer leur potentiel, explorer les inventions locales et promouvoir les low-tech existantes, tout en fédérant une communauté à l'international.



A chacune des 15 escales, un inventeur sera invité à tester et installer son invention à bord et ils rencontreront d'autres experts locaux, dans le but de s'enrichir mutuellement. Le "low-tech lab" est conçu. Son objectif ? Développer une plateforme de recherche collaborative réunissant des profils variés pour répondre à des défis techniques de low-tech.

Mais qu'est-ce que la low-tech ? Le terme, qui signifie "basse technologie" et s'oppose à high-tech, désigne les techniques simples, économiques et populaires. C'est dans les années 70 que Schumacher, économiste précurseur de la pensée écologique, a vulgarisé la notion de "technologie appropriée". C'est à cette période, que naît OSAT ("Open Source Appropriate Technology"), une première plateforme collaborative de recherche dans ce domaine. Mais les programmes, alors investis par l'OCDE, ont peu à peu été délaissés, jugés trop coûteux. Dernièrement, en 2013, Navi Rajou a de nouveau popularisé le terme avec le concept "d'innovation frugale", consistant à improviser des solutions ingénieuses alors que les conditions sont parfois hostiles. Aujourd'hui, avec le low-tech, il s'agit de repenser les objets du quotidien pour qu'ils répondent à des enjeux d'autonomie et d'écologie, en prenant en compte les ressources et le savoir-faire locaux. Leur objectif est de répondre à des besoins pri-

maires essentiels, tels que l'accès à l'eau ou la production d'énergie tout en étant peu coûteux. Les initiatives low-tech sont nées des mutations profondes que nous vivons à travers les enjeux environnementaux : économiser les ressources naturelles, réutiliser les matériaux... Pour répondre à ces nouvelles problématiques, les lowtech se sont imposées comme une solution collaborative et durable.

Malgré leur intérêt, peu de recherches sont faites alors qu'elles pourraient être utiles aussi bien dans les pays pauvres que riches. Partant de ce constat, Corentin a su transmettre sa passion des découvertes et convaincre de nombreux acteurs quant à la nécessité d'inscrire le progrès technique dans l'intérêt commun de l'homme et de l'environnement. Le jeune homme a fédéré autour de lui différentes communautés (professionnelles, sociales et géographiques) et pilote à son actif plusieurs plateformes qui se complètent pour la promotion du lowtech, afin que l'innovation soit toujours plus durable, accessible, et respectueuse de l'environnement... L'avenir nous dira donc si toutes les actions engagées s'épanouiront au service des sociétés et de l'environnement.

