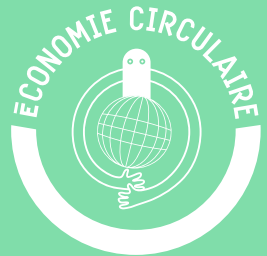
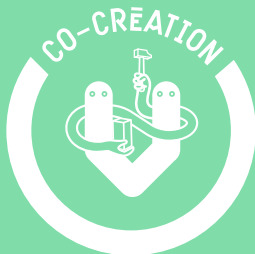




QUAND L'INGÉNIOSITÉ COLLECTIVE CHANGE LE MONDE



—
LES 5 COURANTS
DE L'INGÉNIOSITÉ
COLLECTIVE
—



PRÉAMBULE

À l'heure où la planète est confrontée à de vastes défis économiques, sociaux et environnementaux, une multitude d'initiatives venant des quatre coins du monde prouve que des solutions existent pour faire mieux avec moins. Le point commun de ce bouillonnement créatif ? L'ingéniosité collective.

Être flexible, viser la simplicité, tirer parti des circonstances, penser autrement : dans un monde instable, l'innovateur ingénieux développe un état d'esprit suffisamment agile pour transformer les contraintes en opportunités.

Nous vivons sur une petite planète où tout est interdépendant. L'heure n'est plus aux confrontations mais à l'action conjointe : citoyens, associations, ONG, collectivités locales, petites et grandes entreprises mettent en œuvre des idées nouvelles pour un monde meilleur. Portées par la révolution numérique, la plupart de ces initiatives s'appuient sur les médias sociaux.

Certaines s'inscrivent dans la sphère marchande, d'autres non. Toutes témoignent d'une nouvelle façon d'innover, ensemble et autrement.

Une vague d'ingéniosité collective traverse le monde. À travers de nombreux exemples, l'exposition WAVE en explore les principaux courants sur tous les continents : *la co-création, l'économie du partage, le mouvement des « makers », l'économie inclusive et l'économie circulaire.* Des hommes et des femmes de tous les horizons qui partagent une vision positive de l'avenir.

« Les modèles industriels de l'après-guerre – gros budgets de R&D, hiérarchies, etc. – ne sont plus adaptés au monde complexe dans lequel nous vivons. Puiſons dans l'ingéniosité humaine pour bâtir une société innovante et durable ! »

Navi Radjou
Commissaire de l'exposition

BNP PARIBAS ET WAVE

Comme en témoigne sa signature, *la banque d'un monde qui change*, l'innovation est au cœur de BNP Paribas. Comprendre et anticiper le monde de demain est bien plus qu'une préoccupation légitime pour un groupe international finançant l'économie réelle : c'est un enjeu stratégique majeur.

L'ambition et la responsabilité de BNP Paribas consistent en effet à accompagner les transformations du monde bancaire et plus largement de la société. À s'adapter à un contexte de mutations profondes et accélérées. À anticiper les besoins fondamentaux de ses clients et à leur proposer des solutions simples, efficaces et utiles pour les accompagner dans les changements qui les touchent.

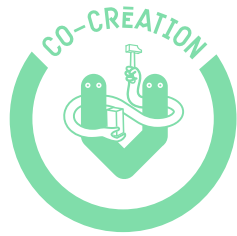
Acteur reconnu de l'économie inclusive, le Groupe mène des actions multiples en faveur des associations locales et nationales, des collectivités locales, des acteurs de l'entrepreneuriat social et du microcrédit. BNP Paribas

développe également de nombreux programmes en collaboration étroite avec les start-up, les incubateurs et accélérateurs de projets innovants.

WAVE a été imaginé en collaboration avec L'Atelier BNP Paribas, cellule de veille et d'expérimentation du Groupe, centrée sur les nouveaux usages et les nouvelles technologies. Installé à Paris, Shanghai et San Francisco, L'Atelier BNP Paribas développe une vision prospective dans les domaines où les mutations technologiques vont de pair avec les évolutions de la société.

« Dans un monde en profonde évolution, nous devons simplifier notre organisation et nos modes de fonctionnement. Simplifier et innover à la fois. L'exposition WAVE nous incite à penser autrement en présentant de nouvelles façons de créer de la valeur dans des environnements contraints. Elle montre qu'il est possible de faire mieux avec moins. »

Jean-Laurent Bonnafé
Administrateur Directeur général
de BNP Paribas



CRÉER ENSEMBLE PERMET DE TROUVER DES SOLUTIONS AUXQUELLES PERSONNE NE POURRAIT ABOUTIR SEUL. LE MONDE REGORGE D'IDÉES GÉNIALES, D'INFORMATIONS PRÉCIEUSES ET DE PERSONNES DISPOSÉES À COLLABORER – POUR AUTANT QUE L'ON S'OUVRE À ELLES.

Les individus, les entreprises, les organisations diverses - y compris les états - ont tendance à travailler pour eux-mêmes. Tous veulent garder le contrôle et que les résultats leur reviennent. Ou peut-être ne pensent-ils pas que d'autres sont capables de les aider vraiment. En fait, maints défis auxquels le monde est aujourd'hui confronté ne peuvent tout simplement pas être relevés sans la participation et la coopération de nombreuses personnes et organisations.

Il est loin le temps où les inventeurs et les scientifiques étaient capables de faire des découvertes capitales, seuls dans leur laboratoire. Aujourd'hui, aucun génie solitaire ni aucune entreprise isolée ne peut apporter à lui (elle) seul(e) des réponses aux défis complexes que constituent les sujets de mobilité, de santé, d'alimentation, d'énergie ou de sauvegarde de l'environnement. Aujourd'hui, la plupart des projets scientifiques importants sont d'ailleurs menés collectivement : stations spatiales, accélérateurs de particules ou étude du changement climatique exigent la collaboration de milliers de personnes à l'échelle mondiale. Sur des plans beaucoup plus modestes, des projets remarquables peuvent également être menés grâce à la mise en commun de connaissances, d'avis et d'efforts de très nombreuses personnes. L'encyclopédie Wikipedia est ainsi entièrement réalisée par des bénévoles : plus de 300 000 personnes y

ont contribué en rédigeant ou en révisant des articles. D'innombrables forums d'aides et des communautés en ligne permettent d'interroger autrui sur la meilleure façon de résoudre un problème concernant son ordinateur, de trouver un bon restaurant ou d'obtenir des conseils pour rénover sa maison. Et d'aider en retour quelqu'un posant une question dans un domaine où l'on est compétent.

AMATEURS ET PROFESSIONNELS SE MÉLANGENT

Il y a quelques années à peine, les médias diffusaient une information à «sens unique». Les émissions de radio et de télévision, les journaux, étaient exclusivement produits par des journalistes professionnels. Aujourd'hui, les blogs, pages d'accueil, tweets, vidéos YouTube et publications sur Facebook représentent une part importante de l'usage que la plupart des gens font des médias. Les lecteurs, les spectateurs d'hier sont donc devenus co-créateurs de contenu. De la même façon, dans beaucoup d'autres secteurs, entreprises et organisations découvrent que le fait d'impliquer leurs clients ou leurs utilisateurs dans un processus de co-création permet de leur offrir des produits nettement supérieurs à moindre coût. Consommateurs et citoyens exigent en effet des produits et services personnalisés qui répondent exactement à leurs attentes.

LA CO-CRÉATION FAIT ÉVOLUER LES RÔLES DES ACTEURS TRADITIONNELS DE L'ÉCONOMIE.

Plutôt que d'interroger chaque client sur ses préférences, les entreprises créent des outils qui permettent de finaliser leurs produits. Sur leurs sites web, il devient possible de configurer sa prochaine voiture, ses nouvelles chaussures ou son futur canapé avant de passer commande. Il est évident que l'utilisateur ne fabrique pas directement le produit - mais il est beaucoup plus impliqué dans sa création. À l'avenir, les utilisateurs pourront même revoir la conception de certains produits et réorganiser leurs fonctionnalités à l'aide d'un logiciel spécialisé avant d'imprimer l'objet sur une imprimante 3D.

NOUS DEVENONS TOUS DES CO-CRÉATEURS, NOUS PARTICIPONS TOUS

La co-création fait évoluer les rôles des acteurs traditionnels de l'économie. Il y a très peu de temps encore, la différence entre fabricants et consommateurs était claire. Aujourd'hui, les consommateurs deviennent co-créateurs et co-responsables. L'objectif premier des entreprises était jusqu'ici de fournir aux consommateurs des produits finis fabriqués en série ; désormais, leur compétitivité reposera sur la création de plateformes et d'outils prêts à l'emploi permettant aux clients de participer

à la création d'une solution personnalisée. Jusqu'à aujourd'hui, dans la plupart des secteurs, de la santé à l'industrie en passant par l'alimentation, les transports ou la fourniture d'énergie, les entreprises faisaient quelque chose *pour vous* ou *à votre intention*. Désormais, elles vont de plus en plus souvent élaborer des solutions *avec vous* ou *venant de vous*.

La co-création exige un état d'esprit différent de celui de l'ère industrielle :

- Les entreprises reconnaîtront l'intérêt de s'ouvrir aux contributions extérieures, même si cela signifie perdre en partie le contrôle sur les résultats.
- Les responsables seront amenés à renoncer à la gestion descendante car les contributeurs à un projet seront peut-être issus d'autres organisations - voire des clients ou des bénévoles. La bonne gestion consistera alors à motiver les autres par sa clairvoyance.
- La propriété intellectuelle (PI) devra être repensée : pour encourager la co-création au sein d'un écosystème ouvert, la PI devra cesser d'être une *protection* intellectuelle pour devenir un *partenariat* intellectuel.
- Et finalement, clients, consommateurs ou citoyens comprendront que la co-création est une opportunité mais aussi une exigence : les autres attendront de nous que nous participions et contribuons aux solutions que nous utilisons. ■



L'ÉCONOMIE DU PARTAGE CONSISTE À PRIVILEGIER L'ACCÈS AUX BIENS ET SERVICES PLUTÔT QU'À LEUR PROPRIÉTÉ. BIEN SOUVENT, DES RESSOURCES TELLES QUE LES VOITURES, LES MAISONS DE VACANCES OU LES ÉQUIPEMENTS SPORTIFS RESTENT INUTILISÉES LA MAJEURE PARTIE DU TEMPS. EN LES PARTAGEANT, ELLES PROFITENT À BIEN PLUS D'UTILISATEURS.

De même, de nombreuses personnes disposent de compétences ou de connaissances particulières dont les autres peuvent bénéficier – si ceux qui en ont besoin savent où les trouver.

L'économie du partage repose sur la mobilisation de ces capacités inutilisées. Il y a quelques années encore, il était difficile de mettre directement en contact les principaux intéressés. Aujourd'hui les médias sociaux facilitent les choses. Une famille française peut rapidement trouver une famille canadienne désireuse d'échanger sa maison pour les vacances. Des patients atteints de maladies rares peuvent en repérer d'autres qui souffrent des mêmes problèmes et qui souhaitent partager leur expérience, où qu'ils soient sur la planète.

L'économie du partage s'est développée extrêmement rapidement ces dernières années. Quelques start-up ont évolué en groupes mondiaux pesant plusieurs milliards de dollars et des milliers de nouveaux sites web et de nouveaux services permettent de tout partager, depuis des robes haute couture jusqu'aux jouets pour enfants, en passant par des espaces de *co-working* ou des leçons de piano.

Les entreprises de l'économie du partage gagnent de l'argent en créant des plateformes qui font correspondre exactement

les besoins aux ressources. Elles créent des cadres sûrs et transparents qui permettent aux utilisateurs de se sentir suffisamment en confiance pour rencontrer des inconnus et partager leurs ressources avec eux. Et elles perçoivent des frais minimes pour chaque transaction.

D'une certaine manière, le terme « partage » est trompeur. La plupart des échanges ne sont pas gratuits. Il s'agit plutôt d'un commerce où des gens ordinaires (ou des entreprises) se louent ou se vendent mutuellement des objets ou des services.

LA DIMENSION SOCIALE FAIT PARTIE INTÉGRANTE DE LA TRANSACTION

Le partage diffère de l'économie conventionnelle, car il réduit la consommation et permet de satisfaire des besoins avec moins d'argent. Il attire les nombreux consommateurs qui ne souhaitent pas posséder plus. La richesse, dans l'économie du partage, tient en l'accès à une multitude d'opportunités.

Le partage est une manière d'utiliser plus efficacement les ressources, et il ne fait aucun doute que ceux qui partagent font preuve de bon sens économique. Mais ils

sont aussi motivés par l'aspect social de l'expérience : rencontrer d'autres personnes, créer quelque chose ensemble et se sentir mutuellement utiles.

Faire du covoiturage ou louer son bateau pour le week-end amène à faire des rencontres dans un contexte très différent de la transaction commerciale impersonnelle qui s'opère d'ordinaire entre acheteurs et vendeurs. C'est une différence capitale entre l'économie du partage et l'économie conventionnelle : l'aspect social est indissociable de la notion de partage.

Dans l'économie conventionnelle, les contacts personnels sont le plus souvent délibérément réduits à leur plus simple expression afin de normaliser le service et de garantir une qualité et des conditions toujours identiques.

Dans l'économie du partage, le contact personnel, particulier, pèse lourd dans l'équation.

En fait, sans le vécu lié à la rencontre avec la personne avec laquelle on partage quelque chose, le nombre de ces services ne fonctionneraient probablement pas, car le partage repose sur la confiance.

LA RÉPUTATION, UNE NOUVELLE MONNAIE

La confiance est l'ingrédient indispensable au fonctionnement de l'économie du partage. C'est pourquoi les plateformes en ligne insistent tant sur l'importance de la transparence entre utilisateurs, qui se traduit par des profils personnels visibles, des recommandations et des évaluations par les utilisateurs précédents. Le partage via Internet n'est pas comparable avec le fait de prêter du sucre à son voisin, ou de lui emprunter sa perceuse électrique. Celui qui loue sa maison doit savoir s'il peut faire confiance à la personne virtuelle à laquelle il la loue – et à l'inverse, avant de monter dans le véhicule d'un « covoitreur », le passager veut savoir si d'autres utilisateurs, avant lui, ont recommandé ce conducteur.

Notre réputation en ligne va devenir extrêmement importante, car elle déterminera le degré de confiance que les autres auront en nous. Une bonne réputation fait office

de monnaie, et vous donne accès à beaucoup plus d'opportunités de partage. Et les bonnes réputations se construisent sur le bien que l'on procure à autrui. ■



ÊTRE UN MAKER, C'EST UN ÉTAT D'ESPRIT. LES MAKERS PARTENT DE L'IDÉE QUE N'IMPORTE QUI PEUT INNOVER ET CHANGER LE MONDE. POUR UN MAKER, IL N'EST PAS NÉCESSAIRE D'ÊTRE UN EXPERT OU UN PROFESSIONNEL POUR FAIRE ÉVOLUER LES CHOSES. CHACUN PEUT APPORTER DES IDÉES NEUVES, BRICOLER, EXPÉRIMENTER, ET FAIRE QUE LES CHOSES QUI L'ENTOURENT RÉPONDENT MIEUX À SES ATTENTES.

Dans les ateliers, dans les garages, il y a toujours eu des bricoleurs et des amateurs passionnés – ou simplement occupés à réparer leur maison, leur voiture ou leur bicyclette. Mais depuis l'avènement de la microélectronique, des logiciels complexes et des matériaux de pointe, la plupart des gens ont perdu tout contact avec le produit. Les appareils que nous utilisons ressemblent désormais à des boîtes noires : inaccessibles à Monsieur tout-le-monde, et tellement complexes que nous sommes relégués au rang de simples consommateurs de solutions toutes faites, incapables de modifier ou de réparer nos appareils.

Le mouvement des makers reprend le contrôle sur la technique, en surfant notamment sur la vague des technologies moins onéreuses, plus ouvertes et beaucoup plus accessibles. Imprimantes 3D, machines de découpe laser mais aussi forums en ligne pour échanger des idées, accéder aux modes d'emploi et partager des expériences : autant d'éléments qui sont désormais à la portée des amateurs.

Dans le monde entier, des *fab labs*, des ateliers et des forums en ligne permettent à des milliers de personnes de découvrir qu'il est possible de transformer une idée en un produit concret et utile – sans pour autant être ingénieur. Des centaines de milliers de personnes fréquentent les *maker faires* pour exposer leurs propres projets, en découvrir d'autres, et profiter de

l'expérience d'autrui. Certains inventent des robots, des drones ou des voitures ; d'autres créent des vêtements, fabriquent des jouets, des instruments de musique.

LA CRÉATION SE DÉMOCRATISE

Le mouvement des makers ouvre de nouveaux horizons à l'ingéniosité. Il ne fait aucun doute que les prochaines années seront riches en inventions et produits très utiles conçus par des amateurs et des enthousiastes capables d'imaginer des solutions qui ont échappé aux experts et aux sociétés commerciales.

À l'ère industrielle, il fallait un laboratoire pour concevoir un produit et une usine pour le produire, il fallait donc des capitaux pour entreprendre. Aujourd'hui, une bonne idée, un ordinateur portable et une connexion internet suffisent pour lancer un projet à l'échelle planétaire. Les obstacles sont moins nombreux et l'aide disponible beaucoup plus conséquente. En ligne, il est possible de trouver des personnes à même d'améliorer une idée ou de résoudre certains problèmes techniques. Sur son ordinateur, chacun peut disposer de logiciels d'étude et de conception bon marché et faciles à utiliser. On peut

LE MOUVEMENT DES MAKERS OUVRE DE NOUVEAUX

HORIZONS À L'INGENIOSITÉ. aussi se rendre dans un *fab lab* local pour fabriquer un prototype et « imprimer » une invention à l'aide d'une machine de découpe laser ou d'une imprimante 3D.

Pour réunir les fonds qui permettent de lancer la commercialisation d'un produit, il est également possible de faire appel au financement participatif : le *crowdfunding*. Il suffit de réaliser un descriptif convaincant et une vidéo de démonstration puis de les publier sur un site web de financement participatif, qui permet aux personnes séduites par une idée de s'engager à acheter le produit une fois disponible, ou de contribuer financièrement à son développement.

Si l'invention a du succès et qu'il faut se lancer dans la production à grande échelle, plus besoin de posséder d'usine : sur le web, il est facile d'en trouver une qui se chargera de fabriquer le produit en question. Internet peut également servir à faire la publicité des produits à l'échelle mondiale et à les vendre en ligne. Une autre solution consiste à s'associer avec de gros détaillants qui commercialisent désormais des produits créés par des concepteurs.

UNE APPROCHE QUI A DE L'AVENIR

Il ne s'agit pas de tout faire soi-même, ni de tous se lancer dans le commerce international. Il est évident que créer des solutions et des produits novateurs exige beaucoup d'efforts et d'ingéniosité ! Ce qui importe, c'est la possibilité qui est désormais donnée à chacun d'avoir accès à des outils abordables et à des communautés d'entraide qui permettent de créer à peu près n'importe quoi, pour autant qu'on le veuille. Tel est l'état d'esprit des makers.

Dans un futur où des machines intelligentes vont petit à petit nous décharger de nos tâches, et où les services et l'information vont être produits et diffusés à l'échelle mondiale, les choses vont rapidement évoluer. Il deviendra bientôt difficile de gagner sa vie sans sortir de la routine. Notre travail consistera à « penser créatif », à trouver de nouveaux moyens de résoudre les problèmes et de relever les défis. Nous devons tous nous voir comme des makers : capables de nous impliquer et de contribuer à la création du monde qui nous entoure. ■



À LA BASE DE LA PYRAMIDE ÉCONOMIQUE (BOP OU *BOTTOM OF THE PYRAMID*), IL Y A DES MILLIARDS DE PERSONNES PRIVÉES DES BÉNÉFICES DU PROGRÈS. ELLES N'ONT PAS LES MOYENS D'ACCÉDER AUX BIENS ET SERVICES ÉLÉMENTAIRES : L'EAU POTABLE, L'ÉLECTRICITÉ OU UNE FORMATION QUI POURRAIT LES AIDER À AMÉLIORER LEUR SITUATION.

Mais même si elles ont très peu d'argent, l'économie marchande dispose de moyens pour leur venir en aide : une offre adaptée à leurs ressources peut en effet leur être proposée – ce qui exige des entreprises qu'elles adoptent une approche particulière et posent un regard radicalement différent sur les publics en difficulté et sur les produits et services qu'elles leur proposent.

CE N'EST PAS SEULEMENT UNE QUESTION D'ARGENT

L'économie inclusive n'est pas *seulement* une question d'argent. C'est la rencontre, difficile mais féconde, des problématiques marchandes de l'entreprise avec les préoccupations de réduction de la pauvreté.

L'objectif - ambitieux - est de bâtir de nouvelles solutions de marché répondant à une logique de création de valeur partagée (pour l'entreprise et pour la société).

Faire des affaires et œuvrer pour le bien social ne sont pas nécessairement incompatibles : avec des business models adaptés, les entreprises peuvent atteindre les populations de manière efficace et en tirer des opportunités de marché considérables tout en répondant à des besoins essentiels. Les entreprises ciblant le BoP ne sont pas des œuvres de charité. Elles élaborent des solutions concrètes qu'elles

rendent disponibles au prix le plus bas possible. Outre le fait que la commercialisation de ces produits ou services génère les revenus nécessaires à la poursuite de leurs activités, le fait de demander une participation financière, même minime, aux plus pauvres permet de s'assurer que le produit ou le service proposé répond bien à un besoin essentiel.

INNOVATION FRUGALE

Dans les pays riches, ingénieurs et concepteurs imaginent généralement de nouvelles fonctionnalités ou de nouveaux produits pour inciter des consommateurs qui disposent déjà de presque tout à renouveler constamment leurs achats. L'innovation est mise au service d'options et de fonctionnalités *non indispensables*.

L'innovation frugale, en revanche, consiste à imaginer des solutions basiques et à les proposer à ceux qui en ont besoin. Les solutions frugales sont moins onéreuses parce qu'elles proposent exactement ce dont les consommateurs *ont besoin* – et *rien de plus*.

En Inde, ce genre d'innovation porte un nom : « Jugaad ». En gros, cela signifie « faire avec ce que l'on a ».

Le fait que ces solutions soient frugales et bon marché ne signifie pas qu'elles ne puissent pas reposer sur des technologies

de pointe et être de bonne qualité. Les panneaux solaires et les systèmes d'éclairage LED à basse énergie peuvent apporter l'électricité dans les régions les plus reculées. Aujourd'hui, nombre de gens qui ne disposent pas des infrastructures élémentaires ou des équipements sanitaires de base possèdent malgré tout un téléphone portable. Par ce biais, il est dès lors possible de leur fournir informations, soins, ou services bancaires mobiles.

Des services gratuits peuvent désormais également être accessibles, partout dans le monde. Certaines des plus prestigieuses universités de la planète offrent un accès gratuit, en ligne, à des cours complets dispensés par leurs meilleurs professeurs. Grâce à des sites web tels que khanacademy.org ou coursera.org, n'importe qui disposant d'un ordinateur et désireux d'apprendre peut effectivement poursuivre les études qui lui conviennent. KA Lite (la Khan Academy Lite) permet même d'accéder à ces cours sans connexion Internet.

LA PAUVRETE EXISTE AUSSI DANS LES PAYS RICHES

L'économie inclusive ne s'adresse pas seulement aux pays en développement. Le monde développé a lui aussi cruellement besoin de solutions solidaires. À l'origine, le microcrédit a ainsi été créé par la Grameen Bank (la banque des villages) pour offrir des prêts de faible montant à des femmes au Bangladesh. Mais en Europe et aux États-Unis aussi, le microcrédit est utilisé pour permettre aux plus démunis de créer une entreprise et d'échapper à la pauvreté.

À l'avenir, beaucoup de solutions abordables, conçues pour les consommateurs des pays émergents et en développement, vont se révéler intéressantes pour les nombreuses personnes qui vivent dans un pays riche tout en étant trop pauvres pour s'intégrer pleinement au système économique. ■

LES ENTREPRISES SOCIALES NE SONT PAS DES ŒUVRES DE CHARITÉ.



DANS UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE, LES DÉCHETS D'UN PROCESSUS SE MUENT EN RESSOURCES POUR UN AUTRE. LE RECYCLAGE ET LA RÉUTILISATION CONSTITUENT LA LOGIQUE FONDAMENTALE DE CE SYSTÈME AUTOSUFFISANT.

Comme dans la nature, matériaux et énergie font partie d'un flux ; tous les composants sont recombinaés et reconfigurés à l'infini, dans un rapport d'équilibre en constante évolution.

C'est ainsi que procède la nature et cela paraît relever du bon sens. Mais la majeure partie de notre économie conventionnelle **n'est pas** circulaire – elle est en grande partie **linéaire** : nous extrayons les matières premières et l'énergie de la planète pour produire des objets que nous consommons puis mettons au rebut. C'est ce processus à sens unique qui devient de plus en plus problématique. Nous vivons sur une planète aux dimensions et aux ressources limitées, sur laquelle la population croît rapidement. Nous avons déjà atteint le stade où la demande en énergie et en matériaux excède la capacité de l'écosystème à se régénérer. Il n'est tout simplement plus possible de continuer à transformer les ressources en déchets.

Dans l'économie circulaire, les déchets des matériaux utilisés pendant un certain laps de temps ne sont pas considérés comme sans valeur : d'autres les réutiliseront. Reconvertis, ils se transforment en ressources pour alimenter un nouveau processus.

TOUT EST CONNECTÉ, TOUT LE MONDE EST CONNECTÉ

L'approche circulaire consiste à développer une vision à long terme, à voir au-delà de l'immédiat et du local, à comprendre que l'on fait partie d'un écosystème plus vaste.

L'économie circulaire est participative et collective. Nous interagissons en permanence car nous nous inscrivons dans un contexte où tout et tout le monde est connecté et interdépendant. L'Homme influe sur les autres éléments de l'écosystème et ceux-ci influent sur nous. Nous dépendons de tous les autres êtres vivants – et tout ce qui est vivant dépend de nous.

Au cours des prochaines années, le mode de consommation va devenir de plus en plus circulaire. La hausse des prix, la pénurie croissante de matières premières, la sensibilisation accrue au changement climatique et le durcissement des réglementations rendent l'approche circulaire très intéressante pour les entreprises.

LA TECHNOLOGIE DE LA NATURE

Ce mode de vie n'est pas forcément déplaisant. Une économie circulaire n'est ni moins avancée ni moins sophistiquée en termes d'utilisation de la technologie, et vivre au sein d'une économie circulaire n'est pas synonyme de manque de confort et de commodité. Il est possible d'avoir un fort impact positif en modifiant la conception des produits, par exemple, en les rendant plus faciles à démonter ou en veillant à utiliser des matériaux tels que le bioplastique, qui peut être réutilisé ou composté. Cette vision des choses est souvent appelée « modèle du berceau au berceau », *cradle to cradle*, pour indiquer que la fin de vie d'un produit n'est que le commencement d'un autre cycle d'utilisation des matériaux.

L'économie du partage cadre bien avec les notions de durabilité et de pensée circulaire.

En partageant des ressources telles que voitures et outils, les consommateurs limitent la nécessité d'acheter de nouveaux produits en utilisant plus efficacement ceux dont ils disposent.

Il en va de même des fabricants : il existe déjà de nombreux exemples de groupes d'entreprises qui pratiquent l'échange de matériaux,

de telle manière que les déchets d'une usine deviennent la matière première d'une autre.

À terme, la conception de nouveaux produits pourrait imiter la nature en s'inspirant des êtres vivants – un processus que l'on appelle **biomimétisme**. La nature développe en effet des processus étonnants que nous pouvons lui emprunter : plantes, insectes et animaux sont capables de produire des matériaux incroyablement solides et des composés extrêmement élaborés, en utilisant uniquement des matières premières simples et naturelles. ■

NOUS
DEPENDONS
DE TOUS LES AUTRES
ÊTRES VIVANTS
ET TOUT CE QUI EST
VIVANT DÉPEND
DE NOUS.

LES MOTS

DU COMMISSAIRE

Dans de nombreux pays du monde, il n'existe pas de mot pour traduire la notion « d'innovation » (très populaire en Occident). Par contre, presque toutes les cultures du monde ont un terme pour désigner l'*ingéniosité* humaine. Pour paraphraser Descartes, l'*ingéniosité* autant que le bon sens — est la chose au monde la mieux partagée. Non seulement l'ingéniosité est une qualité universelle mais elle est vitale pour l'homme car c'est en créant — en exprimant son ingéniosité — que l'homme se réalise.

Au 20^e siècle, les structures et processus industriels de l'après-guerre — gros budgets R&D, hiérarchies, production de masse, etc. — ont graduellement occulté l'ingéniosité humaine au profit d'un « système d'innovation » qui vise à industrialiser le processus de création. Or ce moteur de l'innovation structurée, après avoir initialement contribué à l'essor économique de l'Occident, est aujourd'hui... en panne. Car ce système d'innovation

s'avère aujourd'hui trop coûteux en ressources financières et naturelles, il manque de flexibilité et surtout il est devenu trop élitiste. Pire encore, ce système — en incitant la surconsommation — a conduit au gaspillage, à la dégradation de notre environnement, et a accru les inégalités socio-économiques.

À l'heure où nous sommes confrontés à d'énormes défis sociaux et écologiques, il est temps d'inventer une nouvelle forme d'innovation, plus démocratique, qui puise dans notre ingéniosité collective. L'heure a sonné pour une innovation « du peuple, par le peuple, et pour le peuple. »

WAVE expose cette révolution créative, en marche à travers le monde, qui est menée par des hommes et des femmes ingénieux venant de tous les horizons et qui conçoivent collectivement des solutions simples et efficaces dans des secteurs aussi variés que la santé, l'énergie, l'éducation, l'agriculture, la finance...

Cette effervescence créative est déjà en train de bouleverser nos structures économiques. Au lieu d'une économie « verticale », dominée par des chaînes de valeurs intégrées et contrôlées par quelques grands groupes, nous assistons à l'émergence d'une économie « horizontale ». Celle-ci s'appuie sur des écosystèmes et réseaux orchestrés par des consommateurs ingénieux qui co-crèent de la valeur en concevant, bâtissant, distribuant, et partageant biens et services eux-mêmes. Cette économie horizontale présente trois qualités majeures : elle est frugale et durable (car elle s'appuie sur le partage et la réutilisation permanente de ressources) ; elle est agile (elle répond mieux et plus vite aux besoins locaux) ; et elle est inclusive (elle est ouverte et implique tout le monde dans la co-création de valeur).

Alors que l'économie verticale nous a réduits au stade d'*homo economicus* — des consommateurs rationnels et égoïstes — l'économie horizontale promet de nous émanciper et de nous aider à retrouver notre état originel d'*homo reciprocans* — des êtres humains coopératifs et altruistes qui s'efforcent d'améliorer le bien-être collectif.

Vous découvrirez au cours de cette exposition comment — en puisant dans notre ingéniosité collective — nous pouvons co-crèer un monde meilleur dans lequel il est possible de transformer l'adversité en opportunité et de faire mieux avec moins.

Navi Radjou
Consultant spécialisé
dans l'innovation et le leadership,
commissaire de l'exposition



L'INGÉNIOSITÉ COLLECTIVE

CINQ COURANTS PUISSANTS TRAVERSENT
ACTUELLEMENT NOTRE SOCIÉTÉ ET
BOUSCULENT LES RÔLES TRADITIONNELS.
ILS APPORTENT DES IDÉES NEUVES
ET DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS,
FONT TOMBER LES ANCIENNES BARRIÈRES ET
DÉMANTELENT LES STRUCTURES OBSOLETES.

Portée par la technologie numérique qui évolue à toute vitesse, leur force réside dans le très grand nombre de personnes qu'ils impliquent, au sein de vastes processus participatifs et collaboratifs. Ces cinq courants - la co-création, l'économie du partage, le mouvement des makers, l'économie inclusive et l'économie circulaire - s'appuient sur l'ingéniosité collective.

Le partage de connaissances et d'idées crée d'étonnants échanges créatifs. Le monde regorge de ressources intellectuelles inutilisées qui peuvent être aujourd'hui mobilisées.

En joignant ses forces, il est possible d'être plus efficace et de relever des défis plus grands. S'appuyer sur l'ingéniosité collective relève d'un changement fondamental de mentalité : abandonner la pensée individuelle au profit de la pensée collective et réaliser, dans le même mouvement, que tous les destins sont liés.

Dans un système de plus en plus connecté et interdépendant, intérêts personnels et intérêt collectif convergent : le bien-être de chacun dépend de celui de tous les autres. La pensée collective, holistique, correspond parfaitement aux réalités du XXI^e siècle. Mais changer de modes de pensée n'est pas simple. La confiance en est un élément décisif. Elle est précieuse, difficile à établir et à maintenir ; c'est elle néanmoins qui rend les choses possibles.

Ces nouveaux paradigmes de l'économie suscitent un vif intérêt et un déferlement d'innovations disruptives et d'activités nouvelles. Comme des vagues qui balaient le rivage, ces dernières vont affluer et refluer. Certaines de ces idées, certains de ces projets se révéleront passagers, éphémères. D'autres vont définitivement modifier le paysage économique que nous connaissons. Aujourd'hui, pas de doute : pour l'ingéniosité collective dans son ensemble, c'est marée montante !