

Tendances 2007



TENDANCE DURABLE

Initiative n° 1 : Nature Mill

www.naturemill.com

LA TENDANCE = retour à l'autonomie.

LE FAIT = les consommateurs veulent traiter leurs déchets de façon responsable... voire utile !

L'INITIATIVE = une boîte pour composter les déchets organiques chez soi.

Description

La société américaine Nature Mill commercialise des « boîtes » pour produire du compost à la maison à partir des trop nombreux déchets organiques que nous produisons : épluchures de fruits et légumes, marc de café, restes de repas, papiers... Modernes, compactes et pratiques, ces boîtes sont hermétiques pour prévenir des mauvaises odeurs et sans aucun additif animal [vers, insectes...]. Elles sont dotées d'un signal lumineux qui avertit son possesseur dès que le compost est prêt [entre 2 et 4 semaines].

Opportunités pour le créateur d'entreprise

La boîte permet de réaliser sa propre production de compost, chez soi, et de ne pas avoir à passer par un processus industriel ou par une collecte commune [et contraignante]. Outre l'aspect premier purement écologique, cette initiative séduit par son côté simple et traditionnel, style « recette de grand-mère » qu'affectionnent particulièrement les consommateurs.

En France, si la collecte des végétaux est développée pour les déchets issus du jardinage, elle n'existe pas pour les « petits » déchets organiques du quotidien. D'autres initiatives sont à souligner sur ce modèle, comme celle de la récupération des canettes métalliques de sodas. Pour inciter les consommateurs à s'en servir, les usagers qui ramènent les canettes reçoivent un cadeau.

Initiative n° 2 : Safechem

www.dow.com/safechem/fr

LA TENDANCE = passage de la possession à l'usage.
LE FAIT = les solvants chlorés sont très polluants, mais fortement utilisés dans le nettoyage industriel. Chaque cuve de produit vendue est ensuite « jetée » dans la nature. L'entreprise a mis en place un système de récupération des solvants afin de diminuer les rejets dans l'environnement.
L'INITIATIVE = proposer un service de gestion des déchets afin d'éviter que les solvants usagés ne restent sur place plus longtemps que nécessaire. C'est le distributeur ou le spécialiste de la valorisation des déchets qui prend en charge le solvant neuf ou usagé.

Descriptif

La gestion des déchets et leur valorisation sont des problématiques majeures des entreprises du secteur industriel. Afin de maîtriser la chaîne des produits polluants [ici, les solvants chlorés], la société a choisi de louer ses produits pour l'usage qu'il rendent : ce sont ainsi 92 % des produits qui sont recyclés. Du « simple » produit, l'entreprise est passée à un service global de gestion de l'approvisionnement et de la récupération des déchets.

Le système SAFE-TAINER se compose des éléments suivants :

- ◆ deux conteneurs spéciaux distincts : l'un pour le solvant neuf et l'autre pour le solvant usagé. Chaque conteneur en acier contient un fût standard et le protège contre les dégradations et les fuites. Un socle spécial facilite le transport par chariot élévateur à fourche ou transpalette. Les deux conteneurs sont verrouillables ;
- ◆ un connecteur hermétique rapide anti-fuites pour le transférer du solvant vers la machine de nettoyage. Pendant le transfert du solvant usagé de la machine de nettoyage vers le conteneur, un adaptateur de couplage hermétique et un connecteur de récupération des vapeurs empêchent toute émission de déchet ;
- ◆ des accessoires de raccordement : tous les types de machines de nettoyage sont disponibles. Les tuyaux à solvant sont spécialement conçus pour les produits chimiques agressifs.

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Il faut penser « service rendu » tout aussi bien que « produit vendu » ! Ce qui permet d'élargir le champ potentiel et réel de son offre.

On peut penser, par exemple, à devenir un spécialiste de la collecte d'un déchet particulier, pour le revendre ensuite à des entreprises de recyclage et de valorisation des déchets. Ce type de prestation peut s'appliquer à un grand nombre de secteurs : informatique, industrie chimique, automobile... Ce service peut s'adresser aux distributeurs de produits bruns ou blancs pour leur proposer la reprise des anciens modèles.

Globalement, il est nécessaire d'intégrer dès le départ le problème du recyclage de son produit : ainsi, chez Rank Xerox, leurs produits sont constitués à de 80 % de matériaux recyclés. Il faut réfléchir « en escalier » et remonter, étape par étape, le cycle de vie du produit depuis sa fin de vie jusqu'à sa matière première [transport et consommation énergétique compris !], et ne pas se focaliser uniquement sur l'utilisateur final...

Autres pistes suggérées : la création de dépôt-recyclage sur le modèle des dépôts-ventes ou se tourner vers le monde culturel, à l'instar de la FNAC, qui reprend les cassettes VHS et les redistribue à des associations. L'initiative pourrait être appliquée à de multiples produits : livres, disques, vidéos...

Initiative n# 3 : Duck Rice

http://english.coa.gov.tw/themes/safety/04_01.htm

LA TENDANCE = biodiversité dans l'agriculture.

LE FAIT = l'agriculture intensive actuelle, saturée par l'utilisation de produits chimiques et d'engrais, a atteint ses limites.

L'INITIATIVE = le riz est cultivé grâce... aux canards.

Descriptif

A Taiwan, Takao Furuno a redécouvert une technique ancienne : la culture du riz grâce aux canards ! La présence de canards dans les rizières permet une meilleure aération du sol, et les volatiles agissent comme un insecticide naturel et simple. Cette technique qui s'inspire directement de la biodiversité offre une double opportunité : la possibilité vendre du riz... et des canards ! Et améliore du même coût les rendements et les revenus ! Un véritable label « duck rice », de riz naturel et sans pesticides, a été créé.

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Ce type de réussite encourage à redécouvrir et à encourager la biodiversité, plutôt que de se cantonner à la stricte monoculture. Il incite surtout à réinventer des savoir-faire traditionnels [par exemple, la coccinelle pour lutter contre les pucerons est très connue des amateurs de rosiers !] et à les adapter aux contraintes de notre monde moderne. Ce qui permet parfois de doubler son potentiel au final !

Initiative n# 4 : Zero Energy Homes

www.consol.ws/zeh.asp

LA TENDANCE = économies d'énergies [sans carbone].

LE FAIT = des promoteurs américains proposent des maisons « zéro énergie ».

L'INITIATIVE = service d'assistance pour des projets de constructions immobilières, afin de créer des habitations ne consommant [presque] pas d'énergie !

Descriptif

L'idée est de construire un habitat qui produit autant d'énergie qu'il consomme ! Objectif : réduire de 98 % les consommations d'énergie. L'INITIATIVE provient du département d'Etat américain de l'énergie [rappelons que les Etats-Unis sont un des pays parmi les plus gros consommateurs d'énergie au monde !] : « *The U.S. Department of Energy's [DOE] Zero Energy Home Project is to help builders build communities that generate as much energy as they consume on an annual basis by the year 2010* ». Un des principaux freins réside dans les frais supplémentaires générés : il faut compter un surcoût de 18 000 \$ [environ 15 000 €] à la construction, mais les logements sont positionnés sur un créneau haut de gamme. Les promoteurs, eux, tablent sur un retour sur investissement rapide, ce qui, au vu de la flambée du prix des matières premières et de l'énergie, pourrait se concrétiser rapidement.

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Qu'il s'adresse aux particuliers, aux professionnels ou au secteur public, le créateur doit dans chacun de ses projets réfléchir à une réduction de l'énergie consommée [pour la fabrication] et nécessaire [pour le fonctionnement] de son produit. Ce qui implique d'intégrer la réflexion « énergie » au tout début d'un projet, tout comme les problématiques de recyclage des déchets.

De nombreuses initiatives de ce type sont déjà pratiquées à l'étranger, notamment en Allemagne, véritable laboratoire environnemental à ciel ouvert.

Initiative n° 5 : 100 \$ PC

<http://laptop.media.mit.edu/>

LA TENDANCE = low-cost durable.

LE FAIT = moins de la moitié de la population terrestre a accès à des moyens de communication, sans parler de la fracture numérique liée à Internet : 56 % des Nord-américains y ont accès ... contre 3,1 % des Africains. 80 % des utilisateurs d'Internet représentent 20 % de la population mondiale, tandis que 5 milliards d'individus n'ont toujours pas accès à un ordinateur. Et le recyclage de nos vieux appareils n'est toujours pas organisé par les opérateurs du secteur...

L'INITIATIVE = lancée à l'initiative du MIT [Massachusetts Institute of Technology], et plus spécifiquement de son médiatique animateur Nicholas Negroponte, 100 \$ PC est un ordinateur spécial destiné aux pays du Tiers monde.

Descriptif

Le prototype d'un ordinateur portable, dont le coût ne devra pas dépasser cent dollars, a été présenté pour la première fois à Tunis au Sommet mondial sur la société de l'information [SMSI] en novembre 2005. Baptisé « *la machine verte* » en raison de sa couleur, l'appareil a été présenté à la presse par le directeur du Media Labs du Massachusetts Institute of Technology [MIT], Nicholas Negroponte. Il a été conçu dans le cadre de l'association à but non lucratif « *Un ordinateur personnel par enfant* » [OLPC, One Laptop Per Child], présidée par M. Negroponte. Le projet ambitionne de doter chaque enfant, et en particulier ceux des pays en développement, d'un ordinateur portable personnel. « *C'est une machine solide, utilisant peu de courant, qui fonctionnera avec des logiciels libres, pourra être reliée à l'Internet et sera disponible dans toutes les langues de nos pays partenaires* ».

Le prototype, pas plus grand qu'un livre, est doté d'un microprocesseur de 500 Mhertz et peut être alimenté soit par le courant électrique, soit à l'aide d'une petite manivelle. L'équipe en charge du projet discute depuis plusieurs mois avec les gouvernements de plusieurs pays pour passer des accords avec leur ministère de l'Éducation, qui sera chargé de distribuer les ordinateurs. Les discussions sont avancées avec le Nigeria, l'Égypte, le Brésil, l'Argentine, la Thaïlande, la Chine et l'Inde. Parallèlement, des pourparlers sont en cours avec cinq sociétés susceptibles de fabriquer ces ordinateurs portables à bas prix, dont AMD, Google, News Corp et Red Hat. Le projet est très ambitieux : il prévoit que 5 à 15 millions de machines pourraient être produites courant 2006, et plus de 100 millions de modèles fabriqués d'ici début 2007.

En parallèle de ce projet, les pays du Sud ont plaidé pour le développement d'un fonds de solidarité numérique. Ils proposent qu'une contribution de 1 % sur les marchés publics d'équipements informatiques soit affectée à ce fonds...

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Pensez « *bottom of the pyramid* » ! Plutôt que de s'attaquer à un consommateur riche et « saturé », ne vaut-il mieux pas s'adresser des populations plus modestes ? Elles représentent tout de même 80 % de la planète ! Bien sûr, il n'est pas possible de calquer les schémas classiques des consommateurs des pays riches. Il faut y adjoindre un bénéfice social durable, et mettre sur le marché des produits et services adaptés aux contraintes locales.

Certains produits peuvent d'ailleurs connaître des débouchés inattendus. C'est le cas par exemple de la Logan de Renault. Destinée à la clientèle des pays en voie de développement, elle a pourtant séduit de très nombreux consommateurs des pays riches. Le système de distribution en a été modifié. Le « *risque* », c'est de voir le produit être revendu au marché noir, « court-circuité » [des revendeurs se fournissant auprès d'autres revendeurs d'autres pays] ou piraté depuis l'étranger !

Initiative n# 6 : TempoHousing

www.tempohousing.com

www.dekey.nl/info.cfm?kid=4&cid=23&pid=13

LA TENDANCE = recyclage utile et écologique.

LE FAIT = quid de recycler l'industriel vers l'individuel, ou vice-versa ?

L'INITIATIVE = aux Pays Bas, un projet de recyclage vise à transformer des containers industriels pour en faire des studios pas chers pour les étudiants !

Descriptif

En flânant à Amsterdam, on peut se retrouver dans une zone réservée où sont empilés des containers en plastique monoblocs. Aménagés pour incorporer un espace chambre, un coin cuisine et une salle de bain, ils sont recyclés en studio, à des prix bas, et réservés aux étudiants ou aux personnes dans le besoin. D'autres modèles sont disponibles comme des cabines de mer pour la plage.

Autre initiative du même type, Liberty House [www.residences-libertyhouse.com] : un concept de résidence mobiles et écologiques, en bois massif naturel, modulables et évolutives [de 50 à plus de 100 m²], respectueuses de l'environnement et recyclables.

Opportunité pour le créateur d'entreprise

Le projet doit dès sa conception être initié dans le champ de démarches sociétales et écologiques. Surtout, la seconde vie du produit doit être placée au cœur du plan de développement. Ce qui peut permettre de résoudre plusieurs problèmes en amont et de répondre à diverses attentes du consommateur en même temps.

Initiative n° 7 : Ricicletta, la bicyclette recyclée

www.cial.it/home032.htm

LA TENDANCE = deuxième vie du produit.

LE FAIT = concevoir un produit dès l'origine, pour qu'il puisse être doté de la capacité à avoir une seconde vie en étant recyclé, deviendra [la planète l'espère] une des règles fondamentales du commerce du 3^{ème} millénaire.

L'INITIATIVE = une élégante bicyclette composée pour moitié de matériaux recyclés.

Descriptif

Ricicletta est une élégante bicyclette italienne, composée pour moitié de matériaux recyclés à partir d'aluminium [emballages de crèmes de soin, feuilles d'emballage intérieur de tablettes de chocolat, boîtes de conserve, etc.].

Par ailleurs, « *près de 270 000 arbres passent à l'égout ou dans le vide-ordures* », selon la direction du programme forestier européen du WWF, qui estime que l'industrie européenne du papier toilette contribue à la disparition des forêts, en n'offrant pas assez de produits recyclés à ses consommateurs.

Opportunités pour le créateur d'entreprise

La question fondamentale pour ce type de projet est de mesurer quelle est la différence de coût énergétique entre un recyclage et une fabrication. L'approvisionnement en matières premières recyclées peut induire des coûts supplémentaires [transports...]. Mais la solution passe peut-être par le groupement d'actions de ce type et l'ouverture de plusieurs débouchés et de clients multiples. Un tel comportement de toutes les entreprises utilisatrices de produits aluminium par exemple assurerait un débouché plus large que si seulement deux ou trois acteurs indépendants ont recours à ces produits. Et si par exemple Albal [marque du groupe Cofresco], Nestlé, Bonduelle, Coca-Cola..., main dans la main, inventaient une marque multi-brandée et concevait une gamme d'ustensiles de cuisine utiles au quotidien ? Ou proposaient d'aider les mairies [et les équipaient en même temps !] en leur fournissant des réceptacles pour la récupération et la collecte ?

Initiative n° 8 : Project Hello

www.projecthello.org

LA TENDANCE = altermondialiste.

LE FAIT = la population des laissés pour compte, des SDF, des sans-abris, des working poors... continue à prendre de l'ampleur. Sans que beaucoup d'entreprises s'en mêlent pour l'instant.

L'INITIATIVE = des étiquettes « Hello, my name is ... » illustrées par des photos de SDF.

Objectif

Ces portraits sont destinés à être réunis dans un livre, envoyé aux politiques, et dont les ventes seraient reversées à cette population délaissée : « *Project Hello aims to build awareness of the world's growing homeless problem. To create discussion and a platform for solutions. To give homeless individuals a name, and in the process, encourage others to treat them with dignity, respect, and compassion. To use our mass communication and problem-solving skills for the forces of good. And to inspire and assist others in creating more selfless, random acts of kindness* ».

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Pour l'instant, le projet Hello n'aurait aucun relais en France. Aux créateurs de demain et aux TPE-PME de jouer, associés à de plus grandes entreprises [voire au Conseil supérieur de l'Ordre des experts-comptables ?!]. Les cartes des leaderships du monde de demain sont parfois spectaculairement redistribuées : en témoigne l'annonce vertigineuse faite par, Warren Buffett, le 25 juin dernier, de son intention de donner quelque 37 milliards de dollars [29,6 milliards d'euros], à la fondation Bill et Melinda Gates et aux fondations des membres de sa propre famille. Cette décision, qui porte sur plus de 80 % de sa fortune, constitue la plus grosse donation individuelle jamais réalisée aux Etats-Unis, devançant très largement les autres philanthropes de l'histoire. Sans renoncer à leurs entreprises, les deux plus grosses fortunes mondiales se sont associées pour investir plus de 60 milliards de dollars dans de multiples projets humanitaires, de recherche médicale, etc.

Une formidable initiative qui devrait faire oublier l'idée, fautive mais répandue, que l'humanitaire correspond à une prestation de qualité moyenne, approximative, d'amateur, voire de récupération ou opportuniste... Ne parle-t-on pas aujourd'hui de « charity business » ?

Les entreprises de demain pourront être hybrides et cumuler deux objectifs : une finalité commerciale avec un effet durable et social. Elles pourraient jouer le rôle de relais entre les ONG et d'autres entreprises ou les consommateurs.

Initiative n° 9 : American Apparel

www.americanapparel.net/index.html

LA TENDANCE = le patriotisme sexy contre la mondialisation désincarnée.
LE FAIT = le succès de la marque de vêtements américaine American Apparel.
L'INITIATIVE = fabriquer aux Etats-Unis [quand tout le monde produit en Chine], le faire savoir et mettre en avant ses employés-citoyens-militants-mannequins.

Descriptif

La marque a clairement axé sa stratégie sur sa philosophie : une *sweat-shop free* qui met en avant son militantisme pour une chaîne de production *at home* et qui respecte ses salariés. De même, elle refuse de communiquer sur la base d'un logo [*brand-free*] car l'entreprise a pris conscience qu'une marque logotisée risquait de mourir en 5 ans ! Elle a préféré joué sur l'image de son fondateur, Dov Charney, très engagé, porte-parole politique, un peu « gourou-baba » avec de l'humour ! Enfin, elle propose une ligne de produits en coton biologique.

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Cette *success story* prouve qu'il est possible vendre de l'éthique sans se prendre [trop] au sérieux et que l'on peut faire de son entreprise un exemple d'adaptation positive à la mondialisation : elle réinvente l'éthique et le bio, sans être ringarde ou rabat-joie. Aussi est-il sûrement possible de rendre sexy le *made in France* et de revaloriser l'humain, en opposition à l'avènement de l'ère industrielle et des machines.

Un des axes stratégiques est de savoir mettre en avant la personnalité du créateur et revaloriser ses convictions ! Les patrons-stars ne manquent pas : Steve Jobs et Apple, Richard Branson et Virgin... et apparaissent en véritables meneurs de meute ! Mais d'autres vont préférer s'effacer devant leur produit, marque ou service : qui connaît le fondateur d'Ikea ? [Réponse : il s'appelle Ingvar Kamrad !]. Encore faut-il asseoir une certaine cohérence des valeurs entre le fondateur, le fonctionnement de l'entreprise, les produits et services, etc., pour que le client adhère ensuite au discours. L'ensemble doit être animé par une énergie sincère.

Initiative n# 10 : Mécénat 100 %

www.100-pour-100.org

LA TENDANCE = il n'y a pas que le boulot dans la vie.

LE FAIT = les déductions fiscales en matière de mécénat sont faibles pour une société à faible chiffre d'affaires et ne permet pas de mener de véritables actions.

L'INITIATIVE = une association de professions libérales et PME ont créé Mécénat 100 %.

Descriptif

Mécénat 100 % se propose de réunir au sein d'une association agréée des PME et des professions libérales, qui s'engagent à financer intégralement les frais de fonctionnement de manière à reverser 100 % des contributions reçues au titre des dons. Plusieurs partenaires peuvent ainsi réaliser ensemble d'aussi belles opérations de mécénat que les institutionnels ou les grandes entreprises.

Opportunité pour le créateur d'entreprise

Des milliers de TPE-PME sont à la recherche de produits ou services leur permettant de se faciliter la vie et de répondre à leurs besoins spécifiques. Ces initiatives peuvent aussi bien être de l'ordre matériel [livraisons, transports, réparations de matériels informatiques...] que culturels ou promotionnels [ici le mécénat comme vecteur de communication], et doivent répondre à des besoins immédiats et de proximité.

Initiative n° 11 : se chauffer aux céréales

LA TENDANCE = énergie écologique.

LE FAIT = les spécialistes prévoient que les réserves naturelles en pétrole ou gaz naturel se tariront d'ici à 2020 ou 2050, selon l'humeur optimiste ou pessimiste des Cassandra de ce secteur. Corinne Lepage, ancienne ministre de l'Environnement et présidente du cabinet de conseil Cap 21, prédit que « *c'est assurément dans l'éco-économie que vont se créer les nouvelles entreprises et les nouveaux emplois* ».

L'INITIATIVE = si l'on se chauffait aux céréales ? Innovatrice et iconoclaste, cette hypothèse est devenue réalité. Finies les corvées de bois, quelques pelletées de blé ou de maïs peuvent suffire à chauffer une maison ! Venue des États-Unis et du Canada, cette technique a été importée en France il y a une dizaine d'années, mais reste encore très marginale. Deux fabricants, les établissements Piroux dans l'Ain et Pagnod Industries en Haute-Savoie tentent de s'imposer face à la concurrence italienne, suédoise, canadienne et américaine.

Descriptif

Des poêles, gros cubes en fonte d'environ un mètre de côté, sont équipés d'un système de ventilation qui permet de renvoyer de l'air chaud dans l'ensemble de l'habitation. Conçus à l'origine pour fonctionner avec des granulés de bois [mélange de sciure et de résine], certains ont été adaptés pour brûler des céréales. Leurs prix varient de 2 500 à 3 500 €. Moins cher que le fioul ou les bûches, les granulés de bois et les céréales se révèlent très compétitifs quand le prix du pétrole s'affole. En outre, le blé et le maïs, déjà peu onéreux pour cause de surplus agricoles, sont affectés d'un taux de TVA de 5,5 %, quand celui des combustibles est de 19,6 %. Selon l'Institut technique européen du bois énergie [Itebe], en 2004, pour chauffer un logement de 120 m², il coûtait entre 449 et 660 € par an avec des granulés, contre 845 € avec du fioul, 900 € avec du bois et 1 260 € avec de l'électricité.

Les promoteurs du chauffage aux céréales estiment que son prix de revient est proche de celui des granulés de bois : 3 à 4 seaux de blé par jour suffiraient pour chauffer une maison. Les appareils sont faciles à installer : l'absence de suie évite de construire un conduit de fumée, un trou dans le toit suffit pour l'arrivée d'air. Les céréales ne sont pas encombrantes à stocker ; les vieux congélateurs font l'affaire et constituent un barrage contre une éventuelle invasion de souris !

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Le problème global de l'énergie se posera inéluctablement, entraînant un recours obligatoire aux énergies renouvelables : éolienne, solaire, etc. Par exemple, pour le secteur automobile, certaines révolutions ont déjà eu lieu, comme au Brésil où les voitures fonctionnent grâce à un carburant issu de la canne à sucre. Mais qu'en sera-t-il des bateaux ou des avions ? La question est loin d'avoir trouver ses réponses...