ZOOM

INNOVATIONS - PERSPECTIVES- TENDANCES

N° 1 - MAGAZINE D'INFORMATION DES ENTREPRISES FRANÇAISES DES VIANDES JANVIER 2011

GÉNÉRATIONS
les "Digital Natives"

INNOVATION
4 leviers
qui changent tout

MUTATIONS
Impact sur
les entreprises

FUTUR
Promesses et défis
des nouvelles
technologies

Le monde mute :
un tour d'horizon des
évolutions s'impose

LA SOCIÉTÉ DE DEMAIN

CONSOMMATION
les nouveaux
mécanismes

www.snivsncp.fr
SNIV SNCP
Les entreprises françaises des viandes

LA SOCIÉTÉ DE DEMAIN

N° 1 - SOMMAIRE

2015 : les "Digital natives au pouvoir"	2
Les nouveaux mécanismes de la consommation	4
Innovation : quatre leviers qui changent tout	6
Promesses et défis des nouvelles technologies	8
Les mutations socio-économiques et leur impact sur les entreprises	10

Les filières de production et industrielles s'adaptent en permanence dans un monde en pleine mutation. Un tour d'horizon sur les évolutions économiques, sociales, technologiques et scientifiques à moyen terme permet d'approcher les perspectives qu'offre l'avenir. Si la concurrence se tend sur les marchés internationaux, encore faut-il garder un œil ouvert sur les consommateurs et leurs nouveaux comportements.

** Extraits de la conférence donnée à l'occasion du 40ème anniversaire de BVA – Institut d'études de marché & d'opinion, le 14 octobre 2010 - www.bvainventedemain.com*

COMPRENDRE LES NOUVELLES GÉNÉRATIONS

2015 : les "Digital Natives" au pouvoir

Edouard LE MARÉCHAL
Co-Directeur de BVA Reason Why

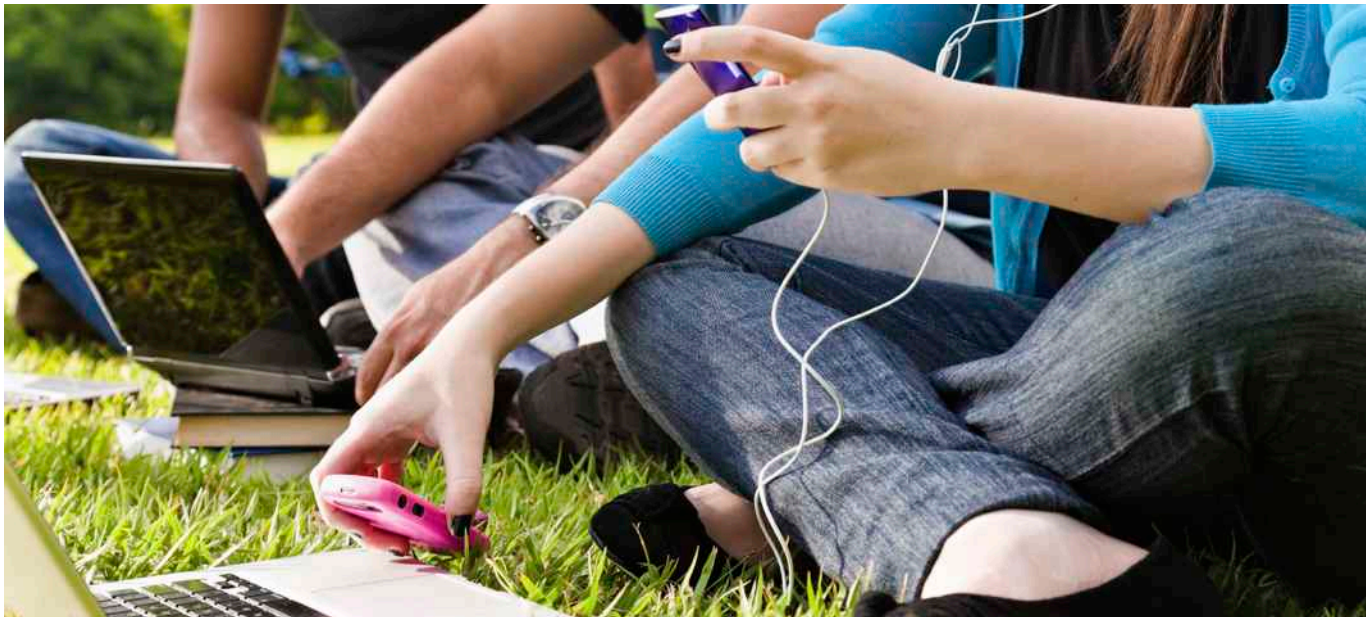
Les industries cherchent à embaucher. Notamment des jeunes. Souvent campées sur le postulat *« Il va quand même falloir que les jeunes s'adaptent au monde de l'entreprise ! »* ... À moins que ce ne soit l'inverse. La question se pose aujourd'hui : *« Comment adapter l'entreprise au monde des jeunes »*. Qui sont-ils ? Comment fonctionnent-ils ? Et quelle société sont-ils en train de nous inventer ?

L'homme est désormais un individu numérique. Vivant au milieu de ses écrans, il a adopté de nouveaux comportements. Il est un « Digital native » : il est né dans le monde numérique. Comment s'est-il construit ? Sous des flots de données permanentes, il est à la quête de simplicité et de la réduction des charges cognitives, pour au final viser un objectif : aller au plus simple. Avec de nouveaux objets, de nouveaux outils et de nouveaux flux, naissent de nouvelles représentations débouchant sur de nouveaux comportements et usages.

ILS NE VIVENT QUE DANS LA RAPIDITÉ DES RÉTROACTIONS... ET POUR LE RENOUVELLEMENT PERMANENT.

Considérez désormais les moins de 30 ans comme, ...

...des impatients. Ils vivent dans l'immédiateté, il faudra donc aller vite pour les intéresser. Ils ne vivent que dans la rapidité des rétroactions : quel(s) output(s) récolté(s) en temps réel pour l'injection d'un input ? Ils sont en mouvement perpétuel ; vitesse, certes, mais renouvellement permanent également. Le temps et l'espace leur sont élastiques. Ils ne sont jamais seuls, et ceci, dans l'objectif d'aller encore plus vite. Le temps mort est synonyme d'ennui. Ils doivent toujours avoir la possibilité de « passer à autre chose ». Ils sont multi-tâches et rencontrent de réelles difficultés à se concentrer en monotâche. Les règles doivent pouvoir être flexibles car, pour atteindre un objectif préalablement défini, elles leur apparaissent comme une contrainte inutile... qu'ils contournent aisément ! Pour eux, tout est possible, et tout le temps.



Les quatre faces du monde

Leur monde est d'abord **globalisé et ouvert.** Ainsi, ils sont mobiles comme jamais nous ne l'avons été.
Il est également **incertain**. Ils développent donc tous les systèmes de protection. Leurs stratégies d'alliance visent la préservation vis-à-vis des risques, mieux que l'anticipation.
Il est aussi **marchand**... c'est-à-dire parfois inaccessible : c'est la raison pour laquelle ils développent des stratégies de contournement pour s'aliéner de toutes les contraintes comme celle du niveau de revenu.
Enfin, il est un monde qui **change en permanence**. C'est ainsi qu'ils aspirent essentiellement à vivre le présent.
Leur quête est celle du « Pouvoir Avoir ». Ce n'est pas le pouvoir qui compte. Ni même celui de posséder. La satisfaction du Digital native est en amont de l'acte de consommation. « Pouvoir avoir » est suffisant. Ainsi consommer sans argent est un jeu et trouver le moyen d'être efficace en gardant en réserve la potentialité de la consommation pour finalement… ne pas consommer. Ils peuvent passer du temps pour dénicher la meilleure info, le meilleur prix, faire le meilleur « coup » et diffuser le meilleur « plan », sans aller plus loin dans l'acte d'achat.

Individus à postures et à repères multiples

Les postures sont multiples. Travailler tend à se confondre avec l'acte de s'informer. Communiquer devient Jouer et consommer du contenu devient un jeu. Les référents, eux, sont nouveaux. Les relations sont d'une part limitées à « son » groupe. Ainsi les logiques communautaires deviennent puissantes. Elles jouent le rôle de mécanisme de régulation. D'autre part, les relations sont également ouvertes « au reste du monde », entraînant ces comportements d'adaptation vis-à-vis de la logique marchande, et développant des mécanismes de jeux. « Mon moteur de recherche, c'est mes potes ». C'est ainsi que la fonctionnalité exhaustive des moteurs de recherche est « upgradée » pour être rendue plus efficace, plus précise encore : ce sont les composantes de la communauté (« les amis ») qui interagissent en livrant leurs meilleurs « plans », donc la réponse la plus adéquate et bien mieux ciblée que les 324 718 réponses qu'un moteur de recherche donnera à n'importe quelle question.

Des experts en Communication

On ne peut plus leur faire croire ce que l'on veut. Ils sont devenus des experts de la « mise en scène ». Un exemple : leur(s) profil(s) Facebook [et autres multiples réseaux sociaux, ndlr] est une façon de gérer leur expertise en communication. Ils sont extrêmement précis sur leurs faits et actes sur la toile. Ils développent une grande cohérence numérique. Leur agilité et leur exigence n'a pas d'équivalent dans les pratiques contemporaines de communication, de promotion, de publicité et d'information qui, elles, se contredisent toutes. A cet égard, celui qui serait en décalage avec cette sacro-sainte rigueur, serait immédiatement exclu de la communauté.

"POUVOIR AVOIR" EST SUFFISANT. AINSI CONSOMMER SANS ARGENT EST UN JEU ET TROUVER LE MOYEN D'ÊTRE EFFICACE EN GARDANT EN RÉSERVE LA POTENTIALITÉ DE LA CONSOMMATION POUR FINALEMENT… NE PAS CONSOMMER.

REGARDEZ CE QUI SE PASSE LORSQU'UN BÉBÉ PREND UN IPAD EN MAIN POUR LA PREMIÈRE FOIS*

Ce qui a changé

La « génération d'avant » – ou « génération Mitterand » – a connu la liberté. Cette génération-ci est née de la crise. Parfaitement consciente qu'elle va devoir « payer la facture », elle se détourne de l'intérêt général, pour dans un réflexe sécuritaire, s'en tirer à meilleur compte en travaillant d'abord pour elle-même. Cette génération n'est pas écologiste. Elle n'en a pas besoin. Elle n'a pas de voiture et prendles transports en commun. Le comportement écologiste est devenu un comportement par défaut… «… je suis tellement en retard le matin que, forcément, ma douche est courte ! ». Les « alertes de précaution » type grippe A sont identifiées comme une instrumentalisation d'une société de la peur vis-à-vis de laquelle cette génération a beaucoup de recul. Les « amis » Facebook, contrairement à une idée reçue, constituent un « monde des proches » en vase clos. « Facebook, c'est du temps de gagné », par rapport à la masse d'informations récoltée ; et, par rapport à la génération précédente qui achetait sur Ebay, « ça ne coûte rien ». Avec son micro-ordinateur, le Digital Native accède à toutes les bases de données, y compris à la vidéothèque de son voisin via les réseaux wi-fi qu'il traverse tel un continuum ouvert et balisé.

Ils sont déjà là !

Les « Digital Natives » de 2015 sont déjà parmi nous. Cette génération « moins de 30 ans » constitue 30 % des consommateurs. Ils représentent 95 % des nouvelles embauches en entreprise. Ils sont désormais 95% des écoliers. Et les plus âgés qui ont 30 ans, eux, accèdent déjà au pouvoir ! ■

** http://www.cnetfrance.fr/news/quand-un-bebe-decouvre-l-ipad-39751831.htm*

LA CONSOMMATION ET L'ORGANISATION DU TRAVAIL SONT-ELLES DÉRÉGLÉES ?

Les nouveaux mécanismes de la consommation

Une re-définition du plaisir de consommer se déroule sous nos yeux. Ses composantes : le « Pouvoir Avoir », la gratuité marchande, la co-consommation et un nouveau référentiel… nous changeons d'époque !

Les Digital Natives développent un référentiel de consommation jusque-là inconnu. Le prix n'est plus un repère. Il est identifié comme une variable, en fonction du distributeur et du mode de distribution. Dit autrement, dès lors que l'on peut toujours trouver moins cher, le prix n'entre plus dans le système des valeurs des jeunes. En revanche, entrent nouvellement en jeu : les marques – ou les marqueurs, la publicité – et surtout son décryptage, la dématérialisation et le déplacement du désir du consommateur. Celui-ci s'est reporté plus en amont de l'acte de consommation, et plus précisément sur tout le travail – en réalité, un jeu, portant sur le choix. Ce choix peut – ou pas – déboucher sur l'acte. L'acte de consommer est souvent retenu ou reporté, car les nouveaux (non)-consommateurs pensent que l'on peut toujours trouver mieux, toujours moins cher : ils y trouvent là une source de plaisir supplémentaire.

La réduction de la cohésion sociale

Les médias, les politiques, les grandes enseignes et grandes marques, les conventions et l'ordre établi, … tout est décrédibilisé. Ainsi les démentis circulent en permanence sur le net, principale source d'information. Et, même si cela peut paraître paradoxal, tout ce qui n'est pas sur le net n'existe pas, au sens que cela n'apparait pas dans leur champ de vision, sur leur écran radar. Ainsi, l'autorité n'existe plus. Seule la famille réussit à garder son statut d'autorité. Les jeunes ont de l'estime pour leurs parents car ils reconnaissent qu'eux se sont battus pour acquérir une expérience, même s'ils pensent ne pas pouvoir tirer les bénéfices de ces expériences parentales… après la génération sacrifiée vient la génération désenchantée.

Il va s'en dire que la cellule familiale ne peut réussir à tenir à elle seule la cohésion sociale. Les nouveaux individus qui la composent n'ont non seulement une culture avant tout numérique, mais ils mettent en place de nouvelles normes de conduites individuelles ancrées dans une rupture générationnelle. Nous avançons vers toujours plus « d'individuation. »

Un nouveau contrat social

La société qui se métamorphose sous nos yeux devra faire sans hiérarchie immanente. La transparence – et la souplesse – des règles en sera un nouvel élément fort. Il faudra compter avec le partage de la valeur, qu'on voit poindre dans le débat politico-médiatique. Les arbitrages devront dorénavant être simples et lisibles. Les liens de proximité constitueront de nouveaux vecteurs de force. Et le groupe apparaîtra comme une nouvelle identité, comme si le communautaire était à prendre au rang de super-individu.

Pour s'adapter aux jeunes, l'entreprise va devoir prendre en compte leurs « travers ». Leur compréhension est devenue plus superficielle, ils ont un fort besoin de renouvellement, ils développent le bénéfice-plaisir immédiat, donc la vision court terme, etc… S'adapter, ce sera aussi prendre en compte qu'à son actif, cette nouvelle génération est véritablement multi-tâche, qu'elle présente des capacités de synthèse phénoménales, qu'elle est dotée d'une capacité d'adaptabilité jusqu'ici jamais vue, et qu'elle n'est guère portée vers le conflit frontal : elle se comporte tout « en contournement ».

Toujours plus de conduites individuelles : Nous avançons vers toujours plus "d'individuation".

Vers une nouvelle organisation du travail

Il est remarquable de voir combien la nouvelle génération absorbe l'information. Ce seul point invite à repenser nos systèmes d'organisation du travail. Le process de contrôle sera matriciel ; l'intelligence deviendra sensorielle. L'hyperparcellisation des tâches sera nécessaire, tant les jeunes sont des êtres doués d'une plus grande précision dans différentes tâches. Les relations humaines constitueront le cœur de l'entreprise, tant cette génération du net est portée, comme pour compenser, sur un relationnel et un affect très fort.

Ainsi voit-on poindre des concepts tel celui de « sociocratie » posant les bases d'un management organisé sur un groupe élargi, par rapport au profil pyramidal que nous connaissons encore.

Le « travailler ensemble » passera par le « partager » et le « re-lier ». Le partage des valeurs sera redéfini puisque 80% de cette nouvelle génération sera chef d'entreprise, ou plus exactement auto-entrepreneur. …Se pose ainsi déjà la question de retrouver des modes de « vie ensemble ». ■

Cette nouvelle génération est véritablement multi-tâche, elle présente des capacités de synthèse phénoménales.

Quatre leviers qui changent tout

Marc Jalabert
Directeur du marketing et des opérations de Microsoft France

Qu'est-ce qui explique ces changements ? 4 leviers de l'innovation bousculent tout :
- la mobilité grâce aux ordinateurs terminaux ;
- le "Cloud"* (nuage de nos clients reliés à tout au travers de la galaxie Internet) ;
- de nouvelles interfaces « naturelles » où tout est rendu beaucoup plus simple ;
- le développement exponentiel du social.

Nous sommes tous devenus des terminaux ambulants... ou en passe de le devenir. En 1991 sortait le Psion, en 2004, l'I-phone. En 2010, on compte 11 millions de PC - Personnel Computer, et 6 millions de smartphones, ces téléphones portables, sans fil, qui font « tout » ; d'ici 2014, on prévoit une croissance de +25% par an pour les PC, même progression pour les smartphones, quant aux tablettes -type I-Pad, dont une dizaine de projets concurrents sont dans les cartons - leur progression est d'ores-et-déjà programmée sur une lancée de +80% par an.

ON PRÉVOIT UNE CROISSANCE ANNUELLE DE 25% POUR LES PC ET LES SMARTPHONES, DE 80% POUR LES TABLETTES TYPE I-PAD.

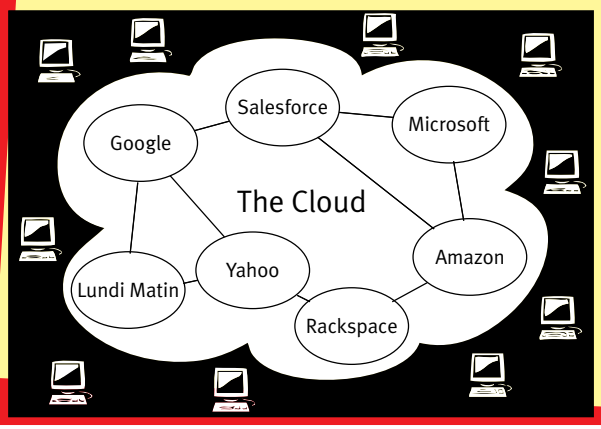
Dans le "Cloud", un mouvement perpétuel en 3 phases

De la même manière où le « fixe » est remplacé par le « mobile », la notion de « client » est désormais supplantée par la notion de « Cloud » - ou nuage. Le grand public est désormais dans le « Cloud ». Sur le modèle d'une courbe de Gauss, tout un chacun est soumis en permanence à des flots d'informations qui déferlent tous en 3 phases : une phase d'accès aux données – ou phase d'**information** ; une phase de reconnaissance – ou **buzz** ; suit une phase d'éloignement – ou **sagesse** : le buzz ne dure qu'un temps ; le « client » reçoit les informations par vagues successives. On est loin des années 90 où émergeaient à peine les notions de marketing direct avec un courrier comprenant les six éléments que l'on expédiait sous le nom de mailing. Dorénavant, le « Cloud » consomme – ou surfe sur – plusieurs dizaines, voire centaines de sollicitations et informations par jour, par ondes de buzz successives, le tout se propageant en 3 D au travers de la population mondiale.

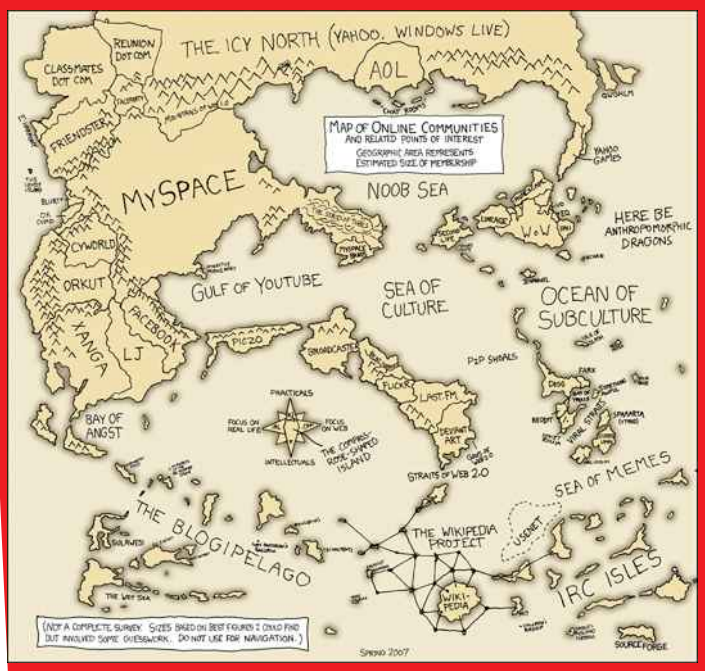
Ces objets qui nous rendent toujours plus nomades sont devenus « faciles » d'accès et d'utilisation : qui se souvient du DOS ? C'était la période 1981-1995. Le «net» date de 1993. Depuis 2006, nous sommes dans l'ère du « Cloud ». 2011 est l'année de naissance du NUI*. Les jeux spatio-intéractifs - type Wii

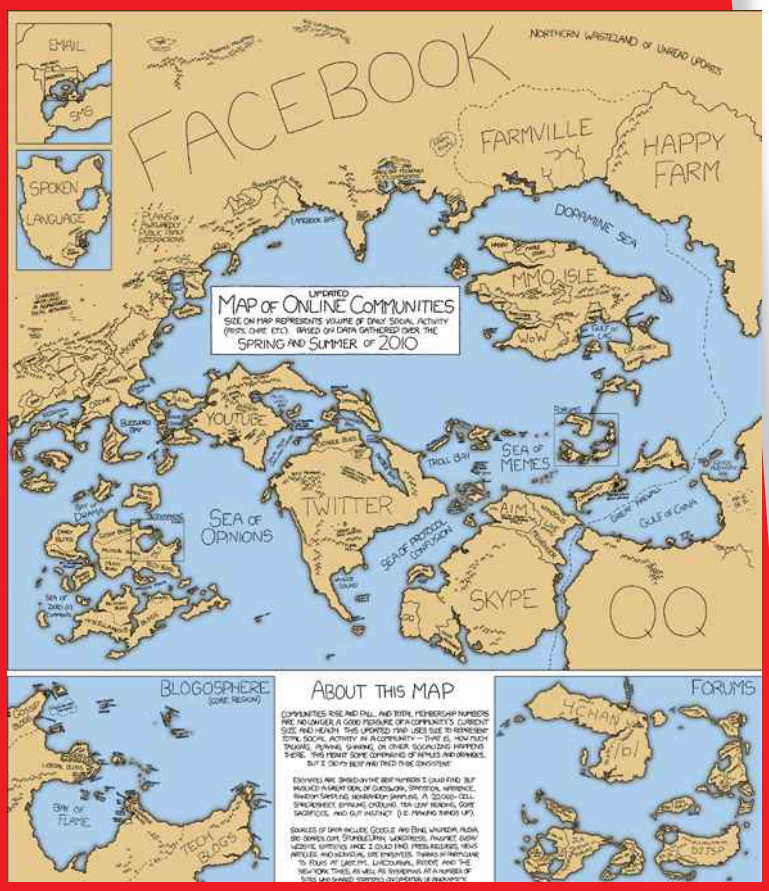
Le Cloud computing

Le « Cloud computing » est un concept de déportation sur des serveurs distants des traitements informatiques traditionnellement localisés sur le poste utilisateur. Les utilisateurs ou les entreprises ne sont plus gérants de leurs serveurs informatiques mais peuvent ainsi accéder de manière évolutive à de nombreux services en ligne sans avoir à gérer l'infrastructure sous-jacente, souvent complexe. Les applications et les données ne se trouvent plus sur l'ordinateur local, mais – métaphoriquement parlant – dans un nuage (« cloud ») composé d'un certain nombre de serveurs distants interconnectés au moyen d'une excellente bande passante indispensable à la fluidité du système. L'accès au service se fait par une application standard facilement disponible, la plupart du temps un navigateur Web.



** NUI ou Interfaces Utilisateurs Naturelles, nouvelle technologie vers laquelle le monde du jeu vidéo et celui de l'informatique se dirigent à grands pas.*





Sur la mappemonde planétaire des communautés, là où le petit pays de la communauté FaceBook émergeait en 2007 avec 50 millions de personnes (contre 1 million d'utilisateurs en 2004), trois ans plus tard, celui-ci est devenu un immense continent peuplé de 500 millions de personnes en 2010 !

n'ont désormais plus de manettes. L'infrarouge devant votre écran vous reconnait, vous scanne, ... et vous apparaissez directement DANS le jeu, au milieu des personnages, objets, paysages et situations... plus besoin de masque-3D... Le « Kinect » pour votre console était déjà en vente (149 €) pour ces fêtes de fin d'année.

Le nouvel ordre mondial, celui des réseaux sociaux

Les relations sociales se modifient profondément sous nos yeux. Dorénavant, les communautés se cartographient – cf La carte 2007 Agence XKCD (ci-dessus) ; il est stupéfiant de voir comment cette tectonique des plaques évolue à la vitesse « grand V ». Ainsi, dans ce nouveau monde social, qui que vous soyez, vous n'êtes plus qu'à 6° de séparation avec n'importe quel habitant de cette planète, et votre influence est de 3° : celle-ci sur vos amis (1er °), vos amis d'amis (2nde °) et vos amis d'amis d'amis (3ème °). Quelle que soit votre appartenance à quelque communauté, il est démontré qu'en moyenne, chacun a 6 amis proches, et qu'une population de 150 individus représente un groupe à taille humaine, c'est-à-dire gérable ; ceci étant applicable dans tous les domaines allant de l'armée à l'organisation du travail. Ainsi, sur FaceBook, les individus ont 130 « amis » en moyenne et 6,6 vrais amis.

Un tiers des français sur Facebook

Au final, force est de constater que la nature même du travail évolue. On ne travaille plus seul, on n'est plus en un même endroit, et plus sur un seul sujet. On travaille désormais à plusieurs, dans des endroits différents et de plus en plus en équipe. La technologie s'adapte donc aux usages : messageries instantanées, réseaux d'entreprises, partage d'écrans, webcams, chats…

Travailler ensemble à distance est devenu aisé. Là où le mail constituait un barrage pour joindre quelqu'un — quelle était son adresse mail ? — dorénavant tout le monde est relié. Sur FaceBook ce sont désormais les documents d'expertise et les compétences qui circulent. Il faut se rendre à l'évidence : les pratiques des réseaux sociaux sont passées dans le monde professionnel, … et vice-versa ! ■

TRAVAILLER ENSEMBLE À DISTANCE DEVIENT DE PLUS EN PLUS FACILE... DORÉNAVANT TOUT LE MONDE EST RELIÉ. LES PRATIQUES DES RÉSEAUX SOCIAUX SONT PASSÉES DANS LE MONDE PROFESSIONNEL

Promesses et défis des nouvelles technologies

Par Joël de Rosnay, écrivain scientifique et futurologue

La prochaine décennie connaîtra des avancées considérables en matière d'infotechnologies, de biotechnologies et d'écotechnologies.

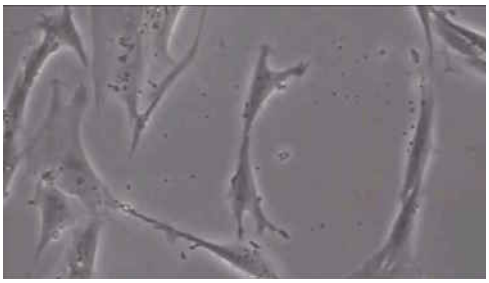
Dans le domaine d'Internet

La compétition sera rude entre médias classiques, « mass médias » et « médias des masses ». Surtout grâce à la culture émergente de la « NetGen* », à l'intelligence connective, collaborative et collective. Le web 3.0 sera « sémantique » et « intuitif ». Le web 4.0, c'est l'environnement « cliquable » ubiquitaire et performant, menant à « la réalité augmentée ». Avec la caméra du smartphone, on regardera le monde autour de soi et on verra apparaître des icônes qui fourniront des informations venues d'Internet. Les réseaux et communications seront intégrés dans le « nuage » immense place mondiale. Cette fusion monde réel/monde virtuel/réalité augmentée, bouleversera e-commerce, tourisme ou communications... en attendant le « Symbionet » reliant corps et cerveau à l'environnement physique.

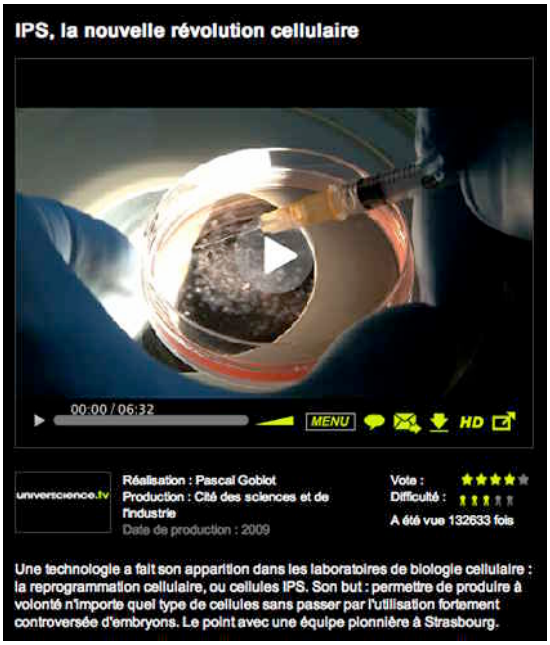
CETTE FUSION MONDE RÉEL/MONDE VIRTUEL/ RÉALITÉ AUGMENTÉE, BOULEVERSERA E-COMMERCE, TOURISME OU COMMUNICATIONS. EN ATTENDANT LE "SYMBIONET" RELIANT CORPS ET CERVEAU À L'ENVIRONNEMENT PHYSIQUE.

En biologie

On s'attend à des progrès spectaculaires sur les cellules embryonnaires et sur la reprogrammation complète d'une cellule en un autre type de cellule. Une nouvelle discipline s'ouvre en architecture : celle de l'architecture biologique – ou nanotechnologie. Des nanolaboratoires vont nous permettre de déboucher sur les applications tirées à partir des cellules embryonnaires. Nous savons faire régresser une cellule adulte jusqu'au stade embryonnaire. Redevenue pluri-potente, cette nouvelle génération de cellules va nous permettre de réparer un organe de l'intérieur. Nous accèdons à la nouvelle ère des greffes internes, à la fin de la mortalité des organes, et à la mise au point d'un cœur bioartificiel : les travaux sur les cellules qui, devenues cardiaques, se mettent à battre ensemble, ouvrent de nombreuses perspectives**. Dans le génie tissulaire, l'utilisation de bioréacteurs



va permettre de multiplier et de différencier des cellules dans le but de fabriquer le tissu souhaité. Les chercheurs s'en inspireront pour faire croître des organes défectueux. La biologie de synthèse permettra de reprogrammer un organisme vivant, à la manière d'un ordinateur, à partir d'ADN synthétique, biologiquement actif. Des nouveaux produits pour les industries pharmaceutique, cosmétique ou agroalimentaire en dériveront. Importance aussi de « l'épigénétique » : il s'agit d'activer ou d'inactiver des gènes, de les amplifier ou de réduire leurs effets, selon le comportement.
Or nutrition, exercice, management du stress, plaisir et relations avec les autres stimulent



** NetGen : génération du net*
*** Pour en savoir plus : http://www.universcience-vod.fr/media/450/ips--la-nouvelle-revolution-cellulaire.html*

certains récepteurs cellulaires, déclenchant l'activation ou l'inactivation de plusieurs gènes. Nous allons bientôt pouvoir expliquer pourquoi les produits naturels permettent de « vieillir jeune ». En attendant, continuez de consommer du jus de grenache, des brocolis, ail, oignon, de boire du thé vert, de déguster myrtilles, mirabelles et pommes, et d'user de curcumin et de resveratol (un polyphénol de la classe des stilbènes présent dans certains fruits comme les raisins rouges, les mûres ou les cacahuètes).

En matière d'énergies renouvelables

D'ici dix ans, éolien, solaire thermique, solaire photovoltaïque, géothermie ne devront plus être considérés comme des filières indépendantes, mais interdépendantes. Les énergies nouvelles ne pourront être efficaces et rentables que dans le cadre d'une approche systémique. Les flux aléatoires seront compensés par des stocks permanents. On produira directement de l'éthanol à partir d'algues photosynthétiques. En les modifiant par la biologie de synthèse, les chercheurs espèrent leur faire massivement produire de l'hydrogène, énergie propre et non polluante, permettant la génération d'électricité grâce à des piles à combustible.

En matière d'Environnement, nous allons passer de la notion de « Développement Durable » à celle de « Capital Terre ». La langue française n'a pas su traduire « sustainable development ». Le développement durable ne reflète qu'une partie du concept. Quoi qu'il en soit, nous débouchons sur une nouvelle notion, celle d'Amortissement du Capital Terre. L'éco-capital intègre l'étude des consommations et des déchets ainsi provoqués, mais intègre également ces derniers comme nouveaux carburants recyclés et à nouveaux bénéfices induits. Les notions d'usages et de mode de consommation vont ainsi prendre un sens nouveau. Les cinq énergies solaires apparaissent sous un jour nouveau (deux énergies solaires directes : le photovoltaïque et le thermique ; et deux énergies solaires indirectes : l'hydroélectrique, l'éolien, et la biomasse), … dès lors que l'on gérera non plus uniquement la production d'énergie, mais également son stockage. La fourniture d'énergie va devenir multimodale et combinera notamment la cogénération et les biocarburants de seconde, puis de troisième génération : les algues, par photosynthèse, transforment le CO_2 en bioéthanol en se développant dans l'eau salée, tout en dessalant... cette eau ! Les cyanobactéries permettent également de stocker de l'hydrogène. Dans cette « Ecologie Industrielle », les outputs des uns deviennent les inputs des autres. Des modèles à grande échelle testent déjà ce concept, comme le projet MID : Ile Maurice Durable. L'Australie, devançant toutes les règlementations et négociations internationales s'est lancée dans le programme « 2020 : zéro carbone ».

La nécessité d'une approche éthique est en passe d'irriguer toute nouvelle construction à l'avenir : émergent ainsi les notions d'info-éthique, de bio-éthique, ou d'éco-éthique. La philosophie générale émergente visant au redéploiement des investissements temps et argent, afin que le Capital Terre puisse constituer une nouvelle chance pour les développements ultérieurs. ■

Cf : http://www.mediaterre.org/ocean-indien/actu,20080404073258.html

*En matière d'environnement, nous allons passer de la notion de **Développement Durable** à celle de **Capital Terre**. **L'écologie industrielle** permettra de valoriser les ressources, comme les déchets… devenant ainsi à leur tour **ressources**.*

D'ICI DIX ANS, ÉOLIEN, SOLAIRE THERMIQUE, SOLAIRE PHOTOVOLTAÏQUE, GÉOTHERMIE NE DEVRONT PLUS ÊTRE CONSIDÉRÉS COMME DES FILIÈRES INDÉPENDANTES MAIS INTERDÉPENDANTES.

PENSE-BÊTE POUR L'AVENIR

les mutations socio-économiques et leur impact sur les entreprises

D'après l'intervention de Jacques Attali, professeur et écrivain

L'avenir est un mix de technologie, de démographie, de finance, de valeurs et de gouvernance. Si le progrès technique actuel ne nous fait pas franchir un réel palier, il fait tout de même l'objet d'une incroyable accélération. Or, on sait que ce sont les connexions qui ont toujours « boosté » les découvertes... qui sont toujours la découverte de choses improbables. En réalité, on ne découvre pas les choses, mais seulement les nouveaux ponts qui les relient. Et l'on ne fait des découvertes qu'en fonction de la pression sociétale : ainsi, la découverte revêt successivement les statuts d'innovation, puis de progrès technique, pour enfin devenir une pratique... si la demande existe. Cette demande s'exprime en fonction de différentes variables qui permettent d'appréhender les mutations socio-économiques à venir .

La rupture démographique

Une rupture majeure des seuils démographiques se déroule sous nos yeux. La planète va accueillir deux milliards d'habitants en plus d'ici 2050. .. et toujours plus de citadins ! Deux tiers de la population mondiale vivra rapidement en ville, contre la moitié actuellement. La démographie de l'Inde va dépasser celle de la Chine. En Asie, la « richesse », c'est un garçon ; on assiste a des infanticides en masse. Il manquera 50 millions de filles à la Chine d'ici 2040. L'Afrique va dépasser le milliard d'habitants. Les Etats-Unis et la France sont les deux seuls pays occidentaux qui voient leur population s'accroître.... C'est ainsi qu'au terme de la non-régénérescence de sa population, la planète ne sera plus habitée par les russes dès 2130 : même chose pour le Japon.. Des pays comme l'Italie et l'Allemagne ont décidé de vivre moins nombreux. Ainsi, passer sous le seuil de renouvellement des 2,1 naissances par

Les 7 clés pour l'avenir

Les entreprises d'après-demain, comme les individus, peuvent appliquer 7 principes pour assurer leur pérennité dans les décennies à venir :

1 • Se respecter soi-même : être en bonne santé, savoir se contrôler
2 • Penser à long terme : avoir toujours un projet à 10 ans
3 • Avoir de l'empathie : connaître les autres (partenaires, employés et même concurrents) et savoir se mettre à leur place
4 • Se protéger contre les risques
5 • Se donner les moyens de dépasser ces risques : par l'innovation et la créativité
6 • Si l'innovation ne suffit pas, être capable de changer complètement, tout en respectant ses valeurs fondamentales
7 • Si aucune de ces solutions ne fonctionne, il en reste une : faire la révolution.

habitant est une nouvelle tendance et avec la réduction des mortalités infantile et maternelle, les dépenses de santé augmentent, et ceci de manière exponentielle au fur et à mesure que l'on s'avance en âge. Dire que la planète va vivre plus vieux, cela revient donc à dire que l'on vivra « plus jeunes » plus longtemps.

... et technologique

La grande tendance démographique est celle de la mobilité. Une mobilité à la fois interne (mobilité rurale) et externe (mouvements migratoires). On assiste à un retour du nomadisme et à une fermeture de la parenthèse sédentaire, ce phénomène étant aidé par le progrès technique ; si celui-ci consiste à faire ce que l'on sait faire mais avec moins d'effort, il demeure malgré tout des incontournables. Ainsi, il faut en moyenne 2500 heures pour apprendre une langue. Il y a une vraie demande sociale de l'apprentissage, celle-ci ira croissante. Nous irons alors jusqu'à nous poser la question : « Voulons-nous faire des enfants en moins de 9 mois ? ». Car, on le sait, la taille de l'homme et celle de son cerveau, sont des facteurs limitant notre capacité à développer de l'intelligence. Pouvoir donner des naissances plus tôt, c'est se donner la possibilité de développer plus d'intelligence.

Seul le temps manque, pas les ressources

Face à l'épuisement des ressources pétrolières, il ne fait aucun doute que le progrès nous permettra de trouver de nouvelles sources d'énergie. Les ressources financières, elles, sont en constante augmentation : chaque année, on crée 70 000 milliards de richesses nouvelles, dont 12 à 15 sont de l'épargne. La seule ressource qui se raréfie c'est le temps : le progrès technique va s'orienter de plus en plus vers la quête du gain de temps.

Vers une idéologie dominante

L'idéologie est l'une des variables les plus difficiles à prévoir. L'Humanité a fait face au cours de son histoire à de nombreuses utopies : être immortel, être l'égal des autres, être solidaire... Dans le monde actuel, l'utopie qui l'emporte est celle de la liberté individuelle. C'est la possibilité de changer d'avis : d'opinion politique, de lieu de vie, d'employé ou d'employeur, de partenaire sentimental,... Ces libertés s'accumulent et nous imposent une tyrannie de la nouveauté, due à ce besoin constant de changement, de renouveau.

Il n'est pas simple de prévoir ce que sera l'idéologie dominante ; les idéologies ont été nombreuses : fascisme, communisme, nazisme, en passant par la mutation de la mode féminine depuis les années 30, jusqu'à la légalisation de l'homoparentalité.... L'Humanité est confrontée à une somme d'utopies. L'idéologie est une utopie affirmée : être solidaire, être altruiste. L'on voit émerger l'utopie de la liberté individuelle : comment ménager au mieux les murs de sa propre prison. On nait quelque part, mais on meurt où et quand ? Cela, on ne le sait pas.

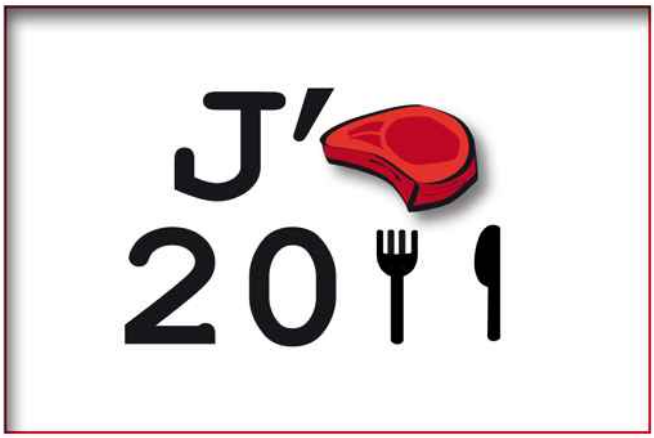
(suite p.12)

LA SEULE RESSOURCE QUI SE RARÉFIE C'EST LE TEMPS : LE PROGRÈS TECHNIQUE VA S'ORIENTER DE PLUS EN PLUS VERS LA QUÊTE DU GAIN DE TEMPS.

EDITO

par François Cassignol,
Rédacteur en chef

Vous connaissez la lettre hebdomadaire du SNIV-SNCP, qui, chaque semaine, vous délivre en dix brèves ce qu'il faut avoir lu de l'actualité de la filière viande. Voici ZOOM, pour aborder plus en profondeur des sujets qui concernent – pour le moins – l'ensemble des acteurs de la filière.
« Les industrie(l)s, des acteurs de la société à part entière ? »
« Oui, assurément ! ». Les entreprises françaises des viandes traitent tous les jours de sujets de société : consommation, qualité, sécurité sanitaire, bien-être animal, environnement, enjeux économiques, mondialisation, emploi, … Avec ce premier numéro, faites un ZOOM sur « la société de demain : ses nouveaux codes et modes de fonctionnement » ; les numéros à venir vous donneront également l'occasion de constater que le monde évolue, … et évolue vite !
A très vite, donc.



Les entreprises françaises des viandes
vous souhaitent une très bonne année 2011

ZOOM
PUBLICATION DES ENTREPRISES FRANÇAISES DES VIANDES, SNIV-SNCP

Directeur de publication : Pierre Halliez - Rédacteur en chef : François Cassignol- Secrétariat de rédaction, Diffusion : Marie-Agnès Flacou, Valérie Juhel - Avec la collaboration de : Paul Rouche, Nathalie Veauclin, Franck Bellaca, Christophe Lapasin, Timothé Masson, Saphia Benihaddadene - Maquette : Marie-Laurence Lanceau - © Photos : Istockphotos/Chepko Danil/ Jaimie Duplass/ Alberto Pomares/ Grafissimo/Julien Tromeur/ pma2010/ James Steidl/ Alex Gumerov/ Alex Kalmbach

(suite de la p.11)

Si l'argent, ou d'autres contraintes de rareté constituent des obstacles à la liberté, le marché est lui par nature global et sans frontières. Ce qui s'oppose à la démographie est, par nature, cantonné par des frontières : éducation, santé,… sont des services délivrés localement. Ainsi nous sommes confrontés à une vraie problématique : comment faire fonctionner ensemble des marchés globaux avec des démographies locales ?… Voici le premier grain de sable-source d'entraves à la liberté individuelle.

Etre libre, c'est être libre de changer sa vie.

Etre libre, c'est reconnaître que tout est réversible, donc précaire. Si le contrat est précaire, dans la mesure où je suis libre, la liberté revêt les habits de la précarité… être libre c'est être potentiellement déloyal, puisque signature de contrat ne signifie pas non-rupture. Dès lors, quelle société peut vivre avec cette déloyauté ? Tout devient de plus en plus précaire : le contrat de travail, les engagements personnels. Or si la liberté c'est la précarité, la liberté c'est la déloyauté : j'ai le droit d'être déloyal parce que je suis libre.

Vers l'entreprise évolutive

L'entreprise de l'avenir, c'est celle qui, à la manière d'un grand orchestre symphonique, existe de façon indépendante des individus qui la composent. C'est le fonctionnement du Cirque du Soleil, dont l'équipe dirigeante, stable, est peu nombreuse. Elle conçoit les spectacles au sein de son laboratoire de recherche, recrute des talents à travers la planète, rode une première version du spectacle, qui, une fois abouti, est dupliqué en plusieurs lieux. L'entreprise de l'avenir doit se concevoir sur ce même modèle : incarner des valeurs, des règles et des principes stables, et voir ses équipes évoluer sans jamais trahir ces valeurs. ■

SNIV SNCP – Les entreprises françaises des viandes

Le SNIV-SNCP regroupe les entreprises industrielles françaises, grandes et petites, du secteur de la viande bovine, ovine et porcine. Il exerce la mission de représentant et de porte-parole de ces industries et intervient comme force de propositions. Les chiffres clés du SNIV-SNCP : • 80 adhérents, 140 établissements industriels • 35 000 salariés • 10,4 milliards d'euros de CA • 3,28 millions de tonnes de viande bovine, porcine et ovine • 96 % des abattages français de porcs, 70 % des abattages français de gros bovins, 80 % de la production nationale de viande hachée, 92 % des exportations françaises de viande bovine et porcine fraîches et congelées.

17, place des Vins de France – 75012 Paris • Tél. : 01 53 02 40 04 • Fax : 01 43 47 31 41 • www.snivsncp.fr • courrier@snivsncp.fr