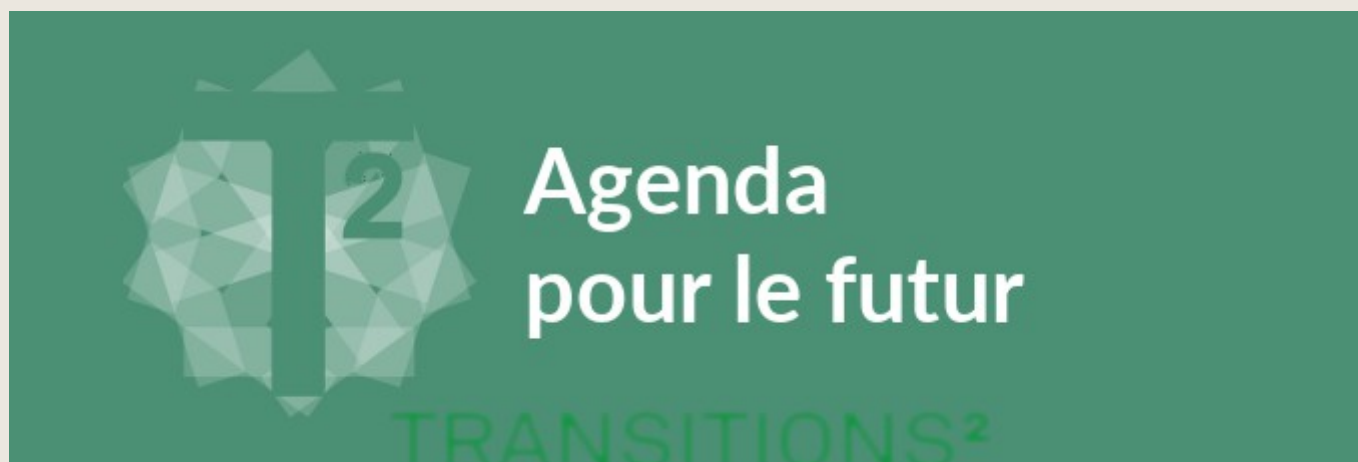


L'INDUSTRIE à IMPACT POSITIF - WALTER BOUVAIS



Story, experience

VIDEO - Intervention de Walter Bouvais à la 2e open conférence "Agenda pour le futur"

Language of your contribution : French Attached resources language : French

[Walter Bouvais](#) a travaillé à l'élaboration du référentiel [Innovation facteur 4](#) avec un travail journalistique à travers des interviews de projets entrepreneuriaux emblématiques.

Tout débute avec un exemple emblématique de l'industrie à impact (comprenez « à impact positif ») : [Interface](#). Le producteur de carrés de moquette dirigé par [Ray Anderson](#) a dès 1994 fait le choix de ré-orienter tout son process industriel avec pour but d'avoir une empreinte écologique à zéro en 2020 ! Où en est donc Interface en 2017 ? Et bien plutôt en bonne voie selon Walter Bouvais : baisse globale de l'usage des énergies fossiles, augmentation massive de l'usage des énergies vertes mais surtout, quasiment zéro rejet de gaz à effet de serre !

Comment en sont-ils arrivés là ? Tout d'abord, il faut noter que cela a pris du temps : 26 ans ! Car il a fallu faire évoluer tous les procédés industriels comme par exemple trouver de nouvelles sources de matériaux (ici, recycler les mailles de filets des pêcheurs d'Asie)

Mais d'autres exemples d'entreprises à impacts commencent à se développer à des échelles remarquables. Ainsi, [la Ruche qui dit Oui !](#), incarnation des circuits courts outillés par le numérique a récemment signé un [partenariat avec la SNCF](#) afin de récupérer leurs fameux paniers dans 70 points sur les trajets pendulaires et de ce fait éviter l'épineuse question de la logistique du dernier kilomètre.

Dans le textile aussi, secteur fortement polluant, une entreprise comme [MudJeans](#) a fait du facteur 4 un mantra : circularité, éco-design, recyclage, desobsolescence et même location de jeans (8\$/mois) ! Pour mesurer tout cela, MudJeans fait valoir ses propres indicateurs notamment sur l'usage de l'eau et sur les émissions de CO2.

Dernier exemple, dans un secteur tout aussi déterminant : [Fairphone](#). Le pari de Fairphone, créer un smartphone éthique, durable et à fonctionnalités équivalentes. Si le Fairphone 1 se concentrait sur l'éthique en promettant des métaux rares issus de mines non concernés par des conflits comme c'est souvent le cas, le Fairphone 2 ajoute à cela la durabilité en donnant la possibilité de changer chaque pièce du téléphone pour le réparer. La promesse, alléchante, à terme est la

suivante : « Vous n'achèterez qu'un seul téléphone dans votre vie ! » Google avait lancé le projet Ara avec une ambition similaire mais arrêté pour « manque de rentabilité », Fairphone lui ne cesse de se développer et d'étendre sa zone de commercialisation. Aujourd'hui, le Fairphone 2 annonce une réduction des émissions de gaz à effet de serre de 30% dans la conception à condition de 3 à 5 ans d'usage (encore un peu loin des standards de consommation de ce genre de produits aujourd'hui...)

La plupart de ces entreprises se retrouvent aujourd'hui sous le [label BCorp](#) (Fairphone, [Newmanity](#), Patagonia, Ben & Jerry's, ...), à la fois exigeant et utile.

Surtout, que nous apprennent ces exemples ? Dans chacun de ces cas, il y a une vision, une direction, un entrepreneur, qui a décidé du cap à suivre sur les impacts, qui, à chaque arbitrage, ont primé sur les modèles économiques ; le business model a à chaque fois suivi la réduction des impacts.