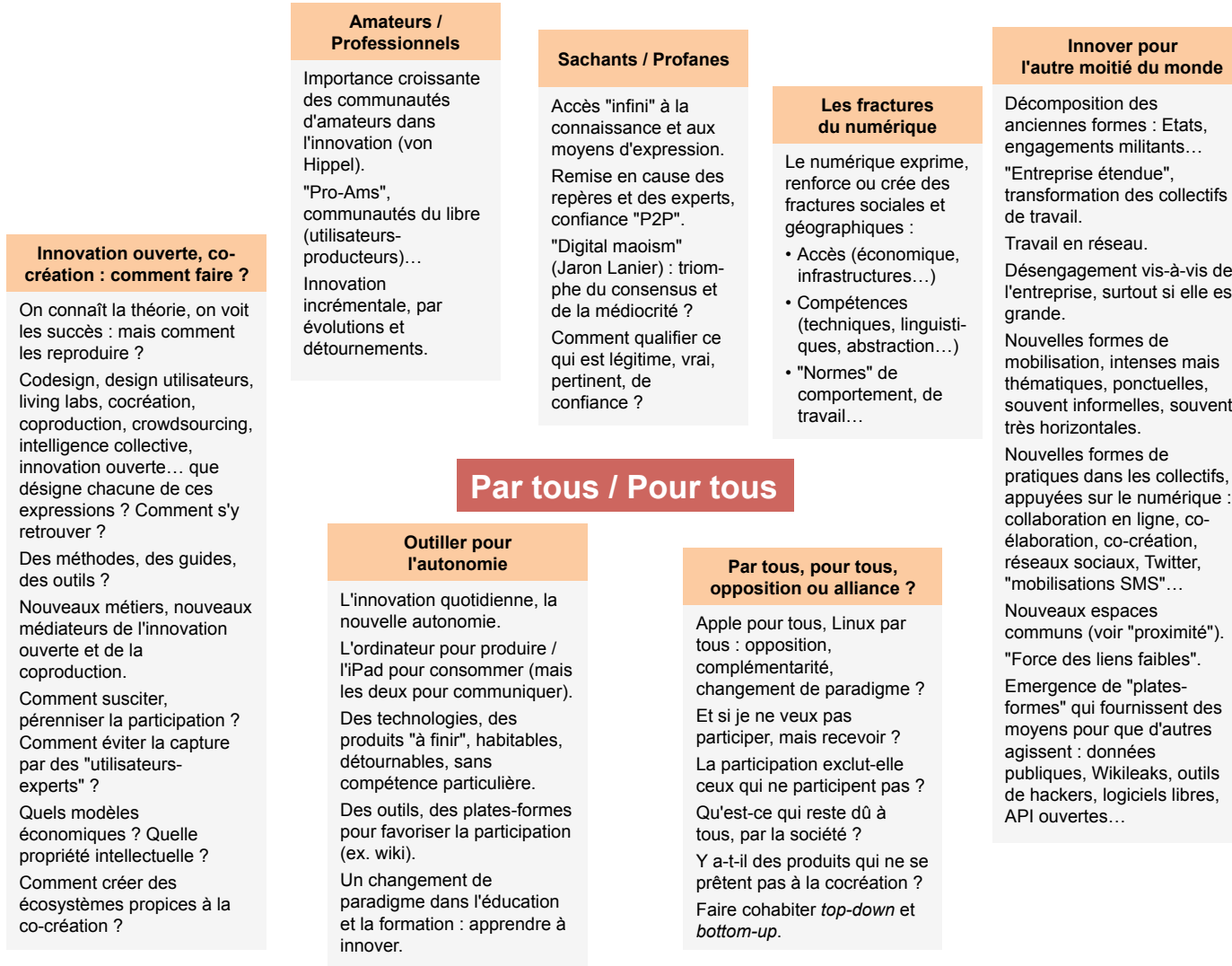




Slow / Fast Rareté / Abondance Durable / Rentable
 Ordre / Désordre
Par tous / Pour tous
 Possession / Usage Individuel / Collectif Early Adopters / Bottom of the Pyramid

Autour de cette tension : questions difficiles, émergences, opportunités...

... et 2 défis 2011-2012



1. Des modèles, des méthodes pour la co-création

2. Innover pour et avec l'autre moitié de la planète

Note : d'autres "défis" ont été identifiés en rapport avec cette tension, ainsi qu'avec la tension "Early adopters / Bottom of the Pyramid", qui a fusionné avec celle-ci. Ils n'ont pas été développés pour l'instant :

- **La confiance comme moteur pour innover** (voir l'expédition "Confiance numérique" de la Fing et la Fondation Télécom)
- **Repenser l'éducation dans la société numérique**



Slow / Fast Rareté / Abondance Durable / Rentable
 Ordre / Désordre
Par tous / Pour tous
 Possession / Usage Individuel / Collectif Early Adopters / Bottom of the Pyramid

"Par Tous / Pour Tous"
Défi n°1

1. "Des modèles, des méthodes pour la co-création"

Pourquoi c'est important ?

Si la co-création, l'innovation ouverte, l'intelligence collective... émergent comme nouveaux paradigmes de l'innovation économique, sociale, technique, c'est pour des raisons de fond :

- Des consommateurs et citoyens plus informés, éduqués, outillés et connectés, qui veulent intervenir sur leur quotidien et leur avenir
- Des situations sociales, des défis, des besoins de plus en plus complexes, qui nécessitent des réponses très diverses, faisant appel à un très grand nombre d'intelligences et d'énergies
- Une évolution des conditions de la compétitivité (du produit à l'expérience, innovation continue et "intensive"...) qui exigent un travail permanent avec les clients/utilisateurs et avec tout l'écosystème des organisations
- Une certaine défiance vis-à-vis des institutions et des autorités...

Selon une enquête récente, 8% des Britanniques peuvent être considérés comme des "innovateurs". Sur certains marchés, les ¾ des innovations viennent des utilisateurs. Tout cela est connu : mais comment, concrètement, en tirer parti ? Comment reproduire les succès de Wikipedia, YouTube, etc. ? Peut-on l'étendre au-delà du numérique et si oui, où ?

Qui est concerné ?

- **Les grandes entreprises et les administrations**, qui doivent savoir comment transformer leurs processus pour se saisir des dynamiques d'innovation ouverte et de co-création,
- **Les acteurs du soutien à l'innovation**, qui doivent intégrer ces nouveaux mécanismes,
- **Les innovateurs eux-mêmes**, qui doivent à la fois tirer avantage du nouvel écosystème de l'innovation, et y contribuer à leur tour.

Quels sont les leviers numériques ?

L'internet et le web comme catalyseurs et plates-formes

En rendant l'information largement disponible, en facilitant l'expression et l'échange d'idées, en facilitant la diffusion des idées, l'internet abaisse les barrières à l'innovation, ainsi qu'à la coopération à grande échelle. Ceci ne se limite pas au numérique : les "fab labs", ces lieux collectifs de prototypage d'objets à très bas prix, s'appuient très largement sur lui pour faciliter le partage de schémas et de plans.

L'open source et ses variantes

A petite ou grande échelle, les logiciels *open source* sont presque tous des cas de co-création. Il existe également des matériels "libres", des cartes électroniques Arduino à l'*Open source car* en passant par une machine à laver... En produisant des "licences" variées, ce mouvement fournit aussi un cadre juridique à la co-création.

Les données et les API ouvertes

L'ouverture des données (publiques, mais aussi privées), ainsi que celle d'"interfaces de programmation" (API) facilite la création de services par agrégation, recombinaison et détournement.

Les méthodes et outils de l'intelligence collective

Souvent – mais pas exclusivement – appuyées sur l'internet, les méthodes diverses de l'intelligence collective (écriture collective, production coopérative, *crowdsourcing*, etc.) outillent la co-création, qu'elle s'organise autour d'une entreprise ou de manière plus large.

L'organisation d'"écosystèmes"

D'iTunes aux écosystèmes organisés autour de systèmes d'exploitation, l'univers numérique abonde de plates-formes autour desquelles une multitude d'acteurs peut créer de la valeur avec un investissement limité.



Slow / Fast Rareté / Abondance Durable / Rentable
 Ordre / Désordre
Par tous / Pour tous
 Possession / Usage Individuel / Collectif Early Adopters / Bottom of the Pyramid

Quelques exemples significatifs

- Quelques sites emblématiques : Wikipedia, YouTube, TripAdvisor, CommentCaMarche, FixMyStreet...
- Projets d'objets Open Source : [Oscar](#) (Open source car), "[machine à laver open source](#)"
- Les [Living labs](#), 200 quartiers ou villes d'Europe pour "contribuer à l'émergence d'un nouveau système d'innovation dont les utilisateurs sont des acteurs plutôt que des destinataires passifs"
- Les "[Fab Labs](#)", plus de 45 "ateliers de production de quasiment n'importe quoi" dans le monde, reliés les uns aux autres en réseau
- La [Montre Verte](#), un exemple de collaboration "légère" où les citoyens participent à la mesure environnementale, et produisent des données ouvertes à partir desquelles des applications innovantes émergeront d'endroits inattendus...

Quelles sont les questions difficiles ?

- **Comment s'engager, soi,** dans la coconception, la coproduction, l'innovation ouverte ? Y a-t-il des méthodes, des références, des règles, adaptées à chaque type d'organisation et de marché ?
- **Quels modèles économiques** pour l'innovation ouverte et la coproduction ? Comment répartir la valeur, la propriété ? Quelle propriété intellectuelle ? Quel équilibre entre ouverture et protection ?
- **Comment susciter, stimuler, élargir, pérenniser** l'échange et la participation ? Comment prendre en compte une grande diversité de niveaux d'engagement ?
- Comment **co-produire à grande échelle** ?
- Comment **relier les processus participatifs aux processus industriels** des entreprises ?
- **Quelles sont les limites de la co-production** ? Y a-t-il des domaines, des contextes dans lesquels elle n'est pas adaptée ?
- **Comment éviter que la co-production n'exclue** (ou n'oublie) ceux qui n'y participent pas ? Qu'elle ne devienne un nouveau mécanisme de distinction sociale ou de tribalisation ?

Quelques idées dans l'air

- Une priorité : ne pas laisser entendre que la co-création se limiterait au domaine du numérique. Elle n'a pas attendu l'internet, même si celui-ci la favorise et lui permet d'agrandir son échelle. A l'aide de l'internet, elle se développe également dans l'industrie, le social, la politique, l'urbanisme... Et la co-création a souvent besoin d'espaces et de moments de rencontre physique pour fonctionner.
- Nécessité de définir les termes et de formaliser des méthodes, des cas : co-création, innovation ouverte, "bottom-up", intelligence collective, crowdsourcing... désignent des concepts différents et même parfois opposés entre eux.

Quelles sources pour aller plus loin ?

- Les travaux d'Eric von Hippel (dont *Democratizing Innovation*)
- C.K. Prahalad, Venkatram Ramaswamy, *The Future of Competition: Co-Creating Unique Value with Customers*, 2004
- Les travaux de [Henry Chesbrough](#) sur l'"Open innovation"
- Projet européen [ELLIOT](#), "*Experiential Living Lab for the Internet Of Things*"
- Eric S. Raymond, [La cathédrale et le bazar](#) (1997 !)
- Yochai Benkler, [La richesse des réseaux](#) (2006)
- [Critique du "maoïsme digital"](#) par Jaron Lanier



Slow / Fast Rareté / Abondance Durable / Rentable
 Ordre / Désordre
Par tous / Pour tous
 Possession / Usage Individuel / Collectif Early Adopters / Bottom of the Pyramid

"Par Tous / Pour Tous"
Défi n°2

2. "Innover pour et avec l'autre moitié de la planète"

Pourquoi c'est important ?

Le "bas de la pyramide" sociale (au plan local ou mondial) est traditionnellement le réceptacle de produits obsolètes ou bas de gamme, tandis que l'innovation s'adresse aux "early adopters". Mais la situation change sous l'effet d'une quadruple prise de conscience :

- Sur des marchés saturés et en crise, c'est le "segment" qui croît le plus vite : parce que plusieurs pays du Sud et d'Asie se développent rapidement, et parce que les populations "à risque" croissent au Nord (vieux, malades et handicapés, pauvres).
- L'innovation "sous contrainte", si elle fonctionne pour des populations sans moyens, dotées d'infrastructures faibles, avec des barrières d'accès (cognitives, linguistiques, physiques), a des chances de fonctionner pour tout le monde.
- Une dynamique puissante d'innovation "d'en bas" est en train d'émerger, soutenue par des réseaux d'innovation sociale, des dispositifs tels que le micro-crédit, et parfois par la technologie.
- La crise environnementale exige de trouver d'autres références que le mode de vie des pays développés, qui ne pourra pas être atteint par le reste de la planète sans catastrophe.

Qui est concerné ?

- Evidemment, tous ceux qui vivent sous le seuil de pauvreté, et plus largement les exclus économiques, sociaux, etc.
- Les entreprises, grandes et petites, qui peuvent voir dans "l'autre moitié de la planète" à la fois un nouveau marché, mais aussi une nouvelle source d'innovation.
- Les designers, les marketeurs, pour qui s'ouvre un ensemble de champs totalement nouveaux et à fort potentiel.

Quels sont les leviers numériques ?

Un rôle réel, mais (justement) controversé

Certaines technologies connaissent déjà un réel succès dans les populations les plus défavorisées, en particulier le mobile. Contribuent-elles à leur développement, leur sortie de l'exclusion ? Pas beaucoup, si le reste de la société ne suit pas, répondent de nombreuses études. Cependant, le numérique ouvre un *potentiel*.

L'accès au réseau, local et mondial

L'internet et le mobile connectent les gens, au niveau local ou global, pour participer à l'économie et à la société.

L'accès à la connaissance

Dans certaines limites (dont celle de la langue), le numérique élargit l'accès aux connaissances, que ce soit pour les enfants, pour les adultes, ou pour les innovateurs du Sud.

Des moyens pour innover et produire de manière autonome

L'ordinateur est un moyen de production, pas seulement de consommation. Les "Fab Labs" sont des lieux d'invention, de réparation ou de détournement local d'objets industriels.

Exister sans stigmatisation

Pour les exclus de nos pays, le mobile ou l'email sont des "adresses" qui ne les distinguent pas des autres. Plusieurs initiatives étendent cette idée pour donner un "espace numérique" à ceux qui n'en ont pas de physique.

La voix de ceux qui n'en avaient pas

Dans des pays non démocratiques, ou pour des communautés ignorées, l'internet est aussi un moyen d'expression irremplaçable.



Slow / Fast Rareté / Abondance Durable / Rentable
 Ordre / Désordre
Par tous / Pour tous
 Possession / Usage Individuel / Collectif Early Adopters / Bottom of the Pyramid

Quelques exemples significatifs

- Le microcrédit et plus récemment, la micro-assurance
- Le mouvement de l'entrepreneuriat social, fédéré par des acteurs tels qu'[Ashoka](#)
- [Danone Communities](#), incubateur d'entreprises à vocation sociale
- [The Kopernik](#), "mettre les technologies de pointe en relation avec ceux qui en ont le plus besoin"
- Les systèmes d'échange locaux et les monnaies complémentaires comme moyens de résister aux crises, ou de développer l'économie locale y compris pour les moins aisés
- [M-Pesa](#), le système de transfert d'argent par mobile né au Kenya, qui génère plus de transferts que Western Union
- Les multiples activités économiques fondées sur l'utilisation partagée du téléphone mobile (*phone ladies*, etc.)

Quelques idées dans l'air

- Utiliser les monnaies alternatives pour favoriser l'innovation là où il n'y a pas de capital
- Des journées "sans" certaines composantes de l'univers technologiques qui manquent aux plus pauvres : sans PC, sans moteur de recherche, sans réseau...
- Imposer aux designers et concepteurs de tester leurs produits, très tôt dans le cycle, auprès de populations du "bas de la pyramide", ou issues de cultures totalement différentes
- Revisiter le "design universel", comme moyen de designer des produits qui s'adaptent aux différences, et non qui homogénéisent

Quelles sont les questions difficiles ?

- Comment **changer la focale des entreprises**, dont la plupart se concentrent sur les *early adopters* les plus aisés ?
- Comment **réussir dans le "social business"** ? Face à des populations aux besoins complexes et très divers, à des institutions et des systèmes de financement peu adaptés, et dans un mélange constant entre entrepreneuriat et action sociale, les tentatives sont beaucoup plus nombreuses que les réussites.
- A partir de quel moment la focale technologique **masque-t-elle les autres problèmes**, voire détourne-t-elle des énergies des vrais problèmes ?
- Comment **ne pas imposer des modèles de référence** issus des classes dominantes occidentales (cf. critiques faites au projet "[One laptop per child](#)") ?
- Comment ne pas innover *pour* l'autre moitié de la planète, mais **par et avec elle** ? Comment exporter des idées, des projets, des Suds et des franges défavorisées de la société ? En laisser émerger des figures et des entreprises, sans se les approprier ?

Quelles sources pour aller plus loin ?

- Le [Yunus Centre](#), nœud de l'action du créateur de la Grameen Bank
- [Imagination for People](#), "un espace d'échanges qui vise à identifier et à faire émerger, à l'échelle mondiale, des expériences inédites en matière d'innovation sociale."
- Le projet [LIENS](#), technologie et innovation sociale
- Le forum InnovAfrica et le réseau [Correspondants.org](#)
- "[eInclusion : nouveaux enjeux, nouvelles politiques](#)", rapport pour la Commission européenne dirigé par Daniel Kaplan (2005)
- Chaire "[Social business, entreprise et pauvreté](#)" d'HEC