

## **DESIGN, FUTUR ET SOCIETE**

*Comment le design peut-il contribuer à l'innovation dans la société du futur.*



## Index

1. Design et société : indices d'une transition.....	8
2. Les valeurs humaines comme point de départ.....	15
3. La stratégie du design appliquée à plusieurs domaines.....	41
4. Exemples de projets actuels.....	56

## Introduction

### 1. Design et société : indices d'une transition

- 1.1. L'origine du design et sa base moderniste
- 1.2. L'échec du système moderniste
- 1.3. Transition vers d'autres modèles
- 1.4. *Sustainism*: le nouveau modernisme

### 2. Les valeurs humaines comme point de départ

- 2.1. Le rôle du designer dans la société
- 2.2. Introduction au *User Centered Design*
- 2.3. *Human-Centered Design*
- 2.4. Le Processus de HCD
  - 2.4.1. Ecoutez
  - 2.4.2. Créer
  - 2.4.3. Livrer
- 2.5. Le design connecté, local, ouvert et dimensionné
  - 2.5.1. Connectivité
  - 2.5.2. Localisme (*pas confondre avec régionalisme*)
  - 2.5.3. Partage
  - 2.5.4. Proportionnalité
- 2.6. Le rapport d'identité
- 2.7. Le rapport de propriété
- 2.8. Le rapport du sujet à l'objet

### 3. La stratégie du design appliquée à plusieurs domaines

- 3.1. Qu'est-ce que le *design thinking* ?
- 3.2. Nouvelles architectures organisationnelles
  - 3.2.1. L'entrepreneuriat social
  - 3.2.2. Le futur du business social

#### **4. Exemples de projets actuels**

- 4.1. Économie participative : OuiShare
- 4.2. Le nouveau visage de l'industrie mondiale : 3D Hubs
- 4.3. Communication : The Fairphone
- 4.4. Gouvernance participative : SIX : Social Innovation Exchange
- 4.5. Urbanisme : SpaceHive
- 4.6. Agriculture : Agrocité
- 4.7. Transport : Koneksie
- 4.8. Alimentation : La Ruche Qui Dit Oui
- 4.9. Santé : Visionspring
- 4.10. Énergie : Rural Spark

#### **Conclusion**



## Introduction

*Que peut faire le design pour l'économie l'industrie et la culture dans la société du futur?*

Quels sont les bouleversements qu'a connus le monde au cours de ces dernières décennies ? Comment l'âge du Web est-il en train de modifier les secteurs de l'industrie, de l'économie, et la société ? Comment le design peut-il contribuer à ces changements?

Durant cette dernière décennie, nous assistons à un nombre sans précédent de mouvements qui changent notre manière de penser, de communiquer et de travailler. Sous l'effet de courants démocratiques, productifs et créatifs, notre société évolue vers une nouvelle forme d'organisation, s'ouvrant au pouvoir latéral et échappant peu à peu à la rigidité d'un système de hiérarchie verticale: la révolution des *Makers (ou doueurs)*, *Smart grids*, le mouvement *Occupy*, les mouvements pour la consommation locale.

En quoi consiste la troisième révolution industrielle? Les formes de gouvernances participatives et bien d'autres projets sont en train de modifier le monde dans lequel nous vivons. Les sociologues, économistes, penseurs et designers sont nombreux à s'être engagés sur cette nouvelle vague. En 2011 Jeremy Rifkin décrit la manière dont la troisième révolution industrielle se base sur une économie post carbone. Chris Anderson annonce l'impression 3D comme la pierre angulaire de la nouvelle révolution industrielle, alors aux mains des *makers*. En France, Joel de Rosnay dans *Surfer la vie*, décrit cette transition comme un mouvement vers une société fluide. Anne Sophie Novel pointe plusieurs modèles de consommation, de partage et de modes de vie collaboratifs dans son essai : la vie share. Ces points de vue et ces nouveaux modes de pensée fondent l'ancrage d'un manifeste culturel développé par Michel Schwarz et Joost Elffers : *Sustainism - Is the new modernism*.

La question est : comment définir le rôle du designer dans ce nouveau champ des possibles ?

Selon le professeur Ezio Manzini, «Le design n'est pas seulement une profession, c'est une culture et un mode d'intervention sur la réalité. Ainsi, nous devrions être en mesure de comprendre comment notre action, individuelle et collective, peut influencer sur la réalité dans laquelle nous sommes. En tant que designers, nous devons assumer la responsabilité de la communauté où nous vivons Il est de notre devoir de ne pas être passifs face aux défis auxquels notre société est confrontée.

Cet essai explique comment le design peut être utilisé comme un outil puissant pour redéfinir les perspectives modernes de notre société dans son ensemble : affaires, technologie et culture. Au cours de cette transition, les valeurs humaines sont placées au cœur de tout acte et basées sur un nouveau paradigme qui est inclusif, socialement disponible, écologiquement responsable et connecté localement.

Élevé au Brésil, un pays de forte inégalité, j'ai grandi avec le désir de travailler à des projets qui concernent des causes sociales. Ce que j'ai découvert en cours de route, c'est qu'il y a un grand champ à explorer dans lequel le design peut jouer un rôle déterminant dans l'évolution des réalités et l'amélioration de l'économie. En effet, le design contribue non seulement à développer de nouveaux produits, mais encore à modifier la façon dont nous pensons les affaires, l'industrie et la société.

Sur la première partie de cette recherche, je vais décrire brièvement la trajectoire du design et sa relation au modernisme du 20<sup>ème</sup> siècle. Dans cette période, nous avons vu une avance accélérée de l'industrie et les conséquences pour notre société. Le design a émergé en tant que discipline entre l'art et l'ingénierie. Il a été rapidement au centre de la recherche et du développement dans l'industrie. Formé dans les années 30 par les modernistes du Bauhaus, où l'on croyait que le design d'un objet doit être fondé uniquement sur son objectif : «la forme suit la fonction».

Comme l'industrie a évolué, le design des produits est devenu un élément crucial pour la recherche et le développement à l'intérieur de la structure de l'entreprise. En train de faire la communication entre départements afin de résoudre les problèmes, en apportant des solutions possibles pour les mains des consommateurs à travers les moyens de production de masse. À la fin du 20<sup>e</sup> siècle, l'influence de la conception du produit dans notre vie quotidienne est devenue claire. Depuis les chaises où nous nous asseyons, les téléphones que nous utilisons, jusqu'aux avions qui nous transportent, nous sommes devenus inconsciemment dépendants du « *so called design* ».

L'histoire du 20<sup>e</sup> siècle montre que le progrès de l'industrie a provoqué des changements sans précédent dans notre société. En conséquence, notre civilisation industrielle est à un carrefour : pétrole et autres énergies fossiles qui alimentent le mode de vie industriel vont tomber aux oubliettes. L'ensemble de l'infrastructure industrielle construite au large de combustibles fossiles sur vieillissante et en mauvais état et les technologies basées sur ces énergies sont vétustes.

Ceci montre l'importance de la dimension humaine en temps de crise : il nous faut repenser nos processus et nos méthodes actuelles de vie, repositionner nos valeurs, trouver de nouvelles alternatives et de nouvelles ressources. Ces changements nous montrent clairement que nous entrons dans une ère où les économies ne sont plus basées sur la fabrication de l'industrie lourde, mais commencent à s'appuyer sur des informations, des services et de la recherche comme base pour le développement. La connaissance, ayant la dimension humaine à sa base, devient un élément du capital ; la production de nouvelles idées est le principal moyen de croissance de l'économie.

L'accès à la communication a prouvé son pouvoir sur la société pendant les révolutions politiques dans le monde entier. Les entreprises ont commencé à voir que les possibilités et les technologies durables ont provoqué un impact énorme dans nos vies. Nous avons commencé à

réaliser que le modèle utilisé par les règles modernistes échoue devant la difficulté à faire face à des problématiques complexes.

Tous ces nouveaux courants se réunissent sous le Sustainism. Un mouvement qui définit la façon dont nous vivons et comment nous interagissons les uns avec les autres, ce qui représente ce nouvel état d'esprit actuel. L'étude démontrera comment le design a été utilisé pour traiter l'innovation dans le développement de nouveaux modèles d'affaires : projets de planification urbaine, production de nourriture, de transport et de communication entre autres. Elle sera illustrée par des exemples de projets et d'entreprises actuelles qui font usage des réseaux sociaux, éco-responsabilité et de co-développement ayant un impact positif dans notre société.

Le dernier chapitre de l'essai propose un concept de la «nouvelle entreprise», ou entreprise 2.0, comme vous l'appellez. Il est basé sur des concepts tels que le monde comme un village global, le *Design Thinking*, *Human-Centered Design* et l'entrepreneuriat social. Idées qui ont été inventées par les penseurs contemporains et qui sont en train d'être mises en œuvre dans le monde entier.

Avec l'objectif de proposer le développement de nouveaux projets et d'encourager les entreprises existantes à adopter des valeurs *Sustainistes* pour leur pratique, basé sur des éléments tels que le partage, le localisme, la connectivité et la proportionnalité ainsi que le développement durable, le champ de travail pour le design peut aller de projets de construction de la communauté et des produits durables jusqu'aux services en réseau qui façonnent l'ère Sustainiste.

## 1. Design et société : indices d'une transition

### 1.1. L'origine du design et sa base moderniste

Design industriel que nous connaissons a pris forme au début du 20e siècle lorsque l'industrie des objets produits en masse a commencé à réaliser que la jonction des arts et métiers serait un moyen d'améliorer la valeur de leurs produits, la rendant plus compétitive parmi leurs marchés.

Les designers modernes ont commencé à adopter les nouvelles technologies et la possibilité de la production en série en combinant l'enseignement des arts purs avec l'étude de l'artisanat. Gropius vise à unir l'art avec la technologie, et il apprend à une nouvelle génération de designers et d'architectes à rejeter les précédents historiques et à adopter l'idéologie de l'industrie moderne. Le Corbusier, probablement l'architecte moderne le plus influent, était fasciné par les dessins d'ingénieurs : silos à grains, navires de croisière et automobiles. Ses idées radicales trouvent leur pleine expression dans son livre de 1923 *Vers une nouvelle architecture*, un manifeste passionné. Il est encore le livre d'architecture best-seller de tous les temps, et il comprend la célèbre devise de Le Corbusier: "Une maison est une machine pour vivre"

En fonctionnement de 1919 à 1933, le Bauhaus est devenu célèbre pour son approche du design des produits et sa philosophie. L'histoire du Bauhaus et son influence sur le design des produits contemporains sont intimement liées aux courants du modernisme. Les formes radicalement simplifiées, la rationalité et la fonctionnalité, et l'idée que la production de masse était conciliable avec l'esprit artistique individuel ont été partiellement mises au point en Allemagne lorsque le Bauhaus a été fondé. Soutenu par plusieurs artistes et architectes qui enseignaient à l'école tels que Mies van der Rohe, Wassily Kandinsky, Paul Klee, Marcel Breuer et Laszlo Moholy-Nagy. Influents, ils ont demandé à des élèves de développer l'art et l'artisanat tout en adoptant de nouvelles technologies.

La «pensée Bauhaus » était que le monde doit être entièrement repensé. Les ornements inutiles doivent être éliminés. Le minimalisme était la bonne conception pour sa simplicité et sa pureté géométrique. Aujourd'hui Bauhaus et son 'influence moderniste peuvent être vus partout. Des panneaux de signalisation à la conception graphique des produits. En architecture, le style international appelé De Stijl, a modifié l'horizon dans le monde entier.

Plus qu'un style, le modernisme s'applique à presque toutes les formes d'expression. En architecture, les modernistes ont intégré ce qui était une nouvelle technologie. Béton, verre et acier sont largement en vedette dans leurs bâtiments. Les Modernistes pensaient qu'ils pourraient concevoir une société meilleure. Indulgent ornementale a été considéré comme un déchet frivole de l'effort. C'est alors que Ludwig Mies van der Rohe a inventé la célèbre citation "*less is more*". La fonction doit toujours dicter la forme.

Le mouvement moderne en architecture et en design industriel a répondu à des changements radicaux dans la technologie et la société. Un nouveau monde de machines et de

villes a forcé les artistes à repenser leur environnement, et a révolutionné la façon dont nous le percevons, dépeignons, et y participons . Les idées modernistes ont envahi toute forme de conception, du dessin à l'architecture, tout en ayant une influence majeure sur l'art, la littérature et la musique.

Le Modernisme a été incontestablement le mouvement le plus influent du 20<sup>ème</sup> siècle. De la musique *house* aux chaises de la maison, aux bouilloires et aux tables. Typographie, signes et graphisme, tout a été créé par l'esthétique et les idées du modernisme.

## 1.2. L'échec du système moderniste

La première révolution industrielle a eu lieu en Grande-Bretagne au 18<sup>e</sup> siècle avec la mécanisation du processus de tissage. En assemblant les tisserands et la cueillette dans une filature de coton unique, la première usine est née. Différentes technologies ont évolué à partir de là.

Le moteur à combustion interne est venu pour donner naissance à la deuxième révolution industrielle .Les usines sont devenues plus efficaces et l'utilisation de l'électricité a permis d'augmenter la production. Il a permis le développement de nouveaux produits pour la consommation de masse, le plus important d'entre eux étant l'automobile.

C'est alors que Henry Ford a développé la ligne d'assemblage pour la production de masse de sa voiture Modèle-T. Il a déclenché la ruée de l'industrie et la concurrence pour les marchés.

Pratiquement du jour au lendemain, des millions de gens ont commencé à échanger leurs chevaux et leurs fiacres pour des voitures. Pour répondre à la demande accrue de carburant, l'industrie pétrolière naissante se développe, l'exploration et le forage s'emballent, faisant des Etats-Unis, le premier producteur de pétrole dans le monde.

Mais l'économie du siècle dernier a été sujette à des crises pétrolières répétées, ce qui a montré la fragilité de ce système et les conséquences pour notre société et l'environnement. D'abord la grande dépression de 1929 et la crise du pétrole dans les années 70 puis la crise des subprimes en 2008 de laquelle nous ne sommes pas encore sortis.

Pour Michel Serres, philosophe et auteur de *Peite Poucette* (2012), l'analyse de la période soulève une certaine inquiétude. De multiples crises apparaissent en même temps (financière, de la connaissance, de l'information, sociétale..),ce qui fait penser à un moment de grand changement. La période que nous vivons s'apparente vraiment aux 2 autres révolutions de l'Humanité , bien décrites dans l'ouvrage: la 1<sup>ère</sup> quand on est passé du stade oral au stade écrit et la 2<sup>ème</sup> quand on est passé du stade écrit au stade imprimé. Maintenant avec la 3<sup>ème</sup> révolution on passe du stade imprimé au stade numérique .Pour chacune de ces révolutions les mêmes inquiétudes ont émergé: Socrate, chantre de l'oral, craignait pour la pensée avec l'arrivée de l'écrit, l'arrivée de l'imprimerie a fait surgir les inquiétudes sur la massification de la connaissance.

Notre société industrielle a atteint une limite. La disponibilité de l'énergie fossile est de plus en plus rare. Le baril de pétrole a battu tous les records de prix et les stratégies pour stabiliser la consommation ont échoué.

En 2011 Jeremy Rifkin, économiste et théoricien social de renommée mondiale, a écrit une oeuvre nommée "La Troisième révolution industrielle - Comment le pouvoir latéral transforme l'énergie, l'économie et le monde". Dans ce livre il décrit l'échec de la 2e révolution industrielle et expose ce qui a été connu comme la troisième révolution industrielle. Cette transition pour aller vers une société indépendante de l'utilisation de combustibles fossiles a des implications non seulement pour l'industrie, mais pour chaque secteur qui est touché par notre économie actuelle.

### 1.3. Transition vers d'autres modèles

Jeremy Rifkin expose comment le pouvoir latéral et une société non-hiérarchique vont transformer l'énergie, l'économie et le monde. Il affirme que "le nouveau régime énergétique latéral fixe le modèle d'organisation des innombrables activités économiques qui se développent à partir de lui. Une révolution industrielle distribuée et coopérative conduit invariablement à un partage des richesses produites". Cette transformation, selon Rifkin, est basée sur les cinq piliers suivants :

- *Le passage d'une base de carbone aux systèmes d'énergies renouvelables* (solaire, éolienne, hydraulique, géothermique, les vagues de l'océan et la biomasse). Encore comptant pour une petite quantité de la palette énergétique mondiale, ces types de sources d'énergie renouvelables sont de plus en plus rapidement développées à mesure que les gouvernements augmentent leur soutien et que la demande du marché s'étend
- *Rénovation des systèmes de construction à l'échelle mondiale.* Utilisation de bâtiments comme des centrales de génération d'énergie: les nouvelles avancées technologiques permettent, pour la première fois, de concevoir et de construire des bâtiments qui créent tous leur propre énergie à partir de sources d'énergies renouvelables disponibles localement, ce qui nous permet de re-conceptualiser l'avenir des bâtiments comme centrales de production. Les implications commerciales et économiques sont vastes et prometteuses pour le secteur de l'immobilier dans toutes les régions du monde. En 25 ans à partir de maintenant, des millions de bâtiments existants et nouveaux - maisons, bureaux, centres commerciaux, parcs industriels et technologiques et les habitats - agiront à titre de «centrales». Ces bâtiments recueilleront et produiront de l'énergie localement à partir du soleil, du vent, des ordures, des déchets agricoles et forestiers, des vagues de l'océan et des marées, de l'hydro-électricité et de l'énergie géothermique, en quantité suffisante pour assurer leur propres besoins ainsi que le surplus d'énergie qui pourra être partagée.

- *Déploiement d'hydrogène et autres technologies de stockage dans chaque immeuble et dans l'infrastructure pour stocker les énergies intermittentes.* Afin de maximiser l'énergie renouvelable et de réduire les coûts, il sera nécessaire de développer des méthodes de stockage qui facilitent la conversion de fournisseurs intermittents de ces sources d'énergie dans des actifs fiables. Batteries, pompage de l'eau différenciée, et autres médias, peuvent fournir une capacité de stockage limitée. Il existe, cependant, un support de stockage qui est largement disponible et qui peut être relativement efficace. L'hydrogène est le moyen universel "magasins" pour toutes les formes d'énergie renouvelables; il assure un approvisionnement stable et fiable et disponible pour la production d'électricité et, tout aussi important, pour le transport.
- *Utilisation de la technologie Internet pour transformer le réseau électrique de tous les continents dans un partage de l'énergie qui agit comme l'Internet.* La reconfiguration du réseau électrique du monde, à l'instar de l'Internet, permettant aux entreprises et aux propriétaires de produire leur propre énergie et de la partager avec les autres, vient tout juste d'être testée par les compagnies d'électricité en Europe. Les nouveaux réseaux intelligents ou *smart grids* vont révolutionner la façon dont l'électricité est produite et livrée. Des millions de bâtiments, maisons existantes et nouvelles, bureaux, usines, seront reconvertis ou construits pour servir les centrales électriques vertes qui peuvent capturer localement les énergies renouvelables : solaire, éolienne, géothermique, biomasse, hydroélectriques (vagues et marées). Elles produisent de l'électricité pour les bâtiments, tout en partageant le surplus d'énergie avec les autres à travers un Internet de l'énergie intelligente, comme nous produisons maintenant notre propre information et la partageons avec l'autre à travers l'Internet.
- *La transition de la flotte de transport de électrique, véhicules à pile à combustible qui peuvent acheter et vendre de l'électricité à Internet continentale de l'énergie intelligente.* L'électricité que nous produisons dans nos bâtiments à partir d'énergie renouvelable sera également utilisée pour alimenter les voitures électriques "plug-in" ou pour créer de l'hydrogène pour les véhicules à pile à combustible. La prise électrique dans les véhicules, à son tour, servira aussi bien les centrales que les portables qui peuvent vendre de l'électricité au réseau principal.

Produites par la nature, les énergies renouvelables ont besoin de systèmes de gestion coopératifs et non-hiérarchiques. Dans une société qui est inter-connectée où le partage est une pratique de base, de nouveaux systèmes de production et de distribution d'énergie peuvent avoir un impact sur l'économie.

Suite à la première et deuxième révolutions industrielles, les gens sont devenus plus riches et plus urbains. Le pourcentage de personnes vivant dans l'extrême pauvreté en 2013 est inférieur à la moitié de ce qu'il était en 1990. Pourtant, plus de 1 milliard de personnes vivent dans

l'extrême pauvreté et notre environnement montre des signes clairs des effets néfastes de l'industrie et de la production de masse.

En conséquence des avancées technologiques et de la nécessité de notre société de se déplacer vers un nouveau modèle, une troisième révolution est en cours. Nous voyons des changements dans l'industrie, l'économie et la société.

« Jeremy Rikins : The Thrid Industrial Revolution(2012) »

Tout d 'abord , la fabrication que nous connaissons dans le 20ème siècle est en train de devenir numérique. De nouvelles technologies intéressantes et prometteuses permettent à la production de passer à un nouveau système: facilité à manipuler les logiciels, matériaux innovants, progrès de la robotique, processus de production de l'invention et toute une gamme de services basés sur le Web.

L'usine du passé était fondée sur des millions de produits identiques: Ford dit que les acheteurs peuvent avoir leur voiture dans n'importe quelle couleur de leur choix, tant qu'elle est noire. Mais le coût de production pour des petites séries, d'une plus grande variété, chaque produit étant adapté précisément aux caprices de chaque client, est en baisse. L'usine de l'avenir se concentrera sur la personnalisation de masse.

Maintenant un produit peut être conçu sur un ordinateur et "imprimé" sur une imprimante 3D, ce qui crée un objet solide en mettant en place des couches successives de matériau. La conception numérique peut être modifiée en quelques clics de souris. L'imprimante 3D peut fonctionner sans surveillance, et peut faire beaucoup de choses qui sont trop complexes pour une usine traditionnelle. En peu de temps, ces machines étonnantes peuvent être en mesure de faire presque n'importe quoi, n'importe où, à partir de vos petits gadgets dans toutes sortes de situations.

La géographie des chaînes d'approvisionnement va changer. Un ingénieur travaillant dans le milieu d'un désert et à qui il manque un certain outil n'a plus à le faire livrer de la ville la plus proche. Il peut simplement télécharger la conception et l'imprimer. Les jours où les projets sont au point mort faute d'une pièce d'équipement, ou lorsque les clients se sont plaints qu'ils ne pouvaient plus trouver des pièces de rechange.

Chris Anderson, dans son livre "Makers - La nouvelle révolution industrielle" (2012), affirme que l'histoire des deux courants de décennies d'innovation peut être résumée en deux phrases: Les dix dernières années ont été celles de la découverte de nouvelles façons de créer, d'inventer, et de travailler ensemble sur le Web. Les dix prochaines années seront l'application de ce cours dans le monde réel.

Selon Joël de Rosnay (scientifique, prospectiviste et l'auteur de Surfer la Vie,2012) et Anne-Sophie Novel (journaliste et l'auteure de La Vie Share, 2013), "dans le nouvel Internet, passé, présent et futur sont simultanés. C'est l'ère de l'immédiateté. Ce qui motive cette génération, c'est le temps réel associé à l'IRL(*in real life*). Pour que les changement, il faut les aider à passer d'une relation fondée sur des rapports de force – qui conduit à la concurrence, à la compétition et à



l'individualisme – à une situation de rapports de flux, privilégiant l'échange, le partage, la solidarité et l'empathie. Un changement profond qui contribuera à donner plus de sens à la vie ?

Mobilité, éducation, travail, équipement, alimentation, autant de secteurs qui prouvent qu'on peut optimiser ce qui est trop souvent inutilisé. Ils défendent l'usage avant la propriété, s'identifient à de multiples communautés et utilisent l'intelligence connective et collaboratrice pour donner du sens à notre vie individuelle et communautaire. Une approche qui privilégie la pratique solidaire de l'intelligence collective à l'exercice solitaire du pouvoir électif.

L'entreprise doit comprendre et accompagner ce changement, prendre autant soin des hommes qu'elle en emploie pour sa prospérité, tout en maintenant son image, sa marque, et l'ensemble des relations avec ses parties prenantes. Plus transparente, plus responsable, elle doit également être plus à l'écoute et se libérer pour devenir co-créative et véritablement assurer sa continuité dans le changement. “

Notre société a compris la nécessité de rompre avec les valeurs de l'époque moderniste. Maintenant, nous sommes sur le point de découvrir comment vivre avec le «nouveau». La rupture avec le passé et l'engagement de nouveaux courants de notre société est prouvé que le "Sustainism" est notre avenir.

#### 1.4. *Sustainism*: le nouveau modernisme

*Nous avons besoin d'un autre type de capitalisme. Un que moins instable, destructeur, inégal et inexplicable. - Michiel Schwarz*

La constatation d'un monde en transition a été le point de départ pour le Manifeste du Sustainism, écrit par Michiel Schwarz de Joost et Elffers un publié en 2010.

Sustainism représente un point de vue culturel qui met en vue la façon dont les choses sont en train de changer dans la façon dont nous vivons, consommons, produisons En regardant le design pour l'innovation sociale à travers le “regard” du sustainism on met en évidence un certain nombre d'attributs de design et de designers. Le Sustainism est axé sur quatre qualités de conception considérées comme clés: connectivité, partage, localisme et proportionnalité.

Au 20e siècle, notre monde a été conçu autour d'idées et de valeurs modernistes. , par exemple dans l'architecture, la conception des produits, les modèles d'affaires, la planification urbaine, et bien plus encore. Le modernisme a une fascination pour la technologie, les modes de production industrielle, il a mis l'accent sur les biens matériels, sous-tendus par une certaine idée de progrès. Mais ce siècle annonce un changement : ce qu'on appelle maintenant la culture "de sustainist". Un autre ensemble de valeurs et d'idées qui permettront de définir la façon dont nous vivons et ce que nous apprécions. Le Sustainism sera pour le XXIe siècle ce que le modernisme et le pos-modernisme a été pour la dernière.

Une façon de définir la conception sustainist est de le classer comme un design qui relie la innovation sociale et le développement durable. Pour répondre à une question importante souvent posée: design sustainist va bien au-delà d'être "Vert".

Même si cela peut inclure l'éco-design, la conception sustainist est aussi très préoccupée par la connectivité, les valeurs locales et de la communauté en tant que moteurs de l'innovation sociale. L'idée centrale est que les valeurs et les qualités de sustainism en tant que état d'esprit (culturel) constitueront les dossiers de conception de l'avenir.

Par conséquent, le design sustainiste est vraiment un raccourci pour dire que, dans l'ère de la sustainism, nous devons nous concentrer sur un ensemble de valeurs et de qualités tout à fait nouvelles. Ce sont des valeurs et des qualités telles que l'inclusion, la communauté, l'ouverture, ainsi que la durabilité écologique. Et la conception sustainist implique souvent une sorte de co-conception: conception avec les gens, avec les collectivités, avec la nature.

Comme le Sustainisme, il est sur le partage et l'emprunt: il ya plus d'une décennie de recherche et de développement en tournant l'ordre du jour de le design vers des objectifs sociaux et la durabilité écologique. Ainsi, dans l'exploration de la question "Qu'est-ce que le design sustainist, ?" sustainism se réfère volontiers aux nombreux pionniers qui ont porté leur réflexion sur "le design pour l'innovation sociale» et "design pour la durabilité." Design Sustainist s'appuie sur les idées de Ezio Manzini (Design for Social Innovation and Sustainability, Sustainable Everyday Project), John Thackara (Dott'07, In The Bubble: Designing In a Complex World, Doors of Perception), Charles Leadbeater (We-Think, Mass Collaboration), et bien d'autres.

Dans les chapitres suivants, l'étude expliquera les différentes méthodes de design appliquées à des projets qui ont des valeurs Sustainistes pour noyau.

## 2. Les valeurs humaines comme point de départ

### 2.1. Le rôle du designer dans la société

### 2.2. Introduction au *User Centered Design*

*User-Centered Design* est un terme général qui décrit le processus du design dans lequel l'utilisateur final influence le développement et le résultat du projet. C'est en même temps une vaste philosophie et une variété de méthodes. Il existe une gamme de manières ou l'utilisateur final est impliqué dans le UCD mais surtout, le concept le plus important est que les utilisateurs *sont* impliqués d'une manière ou d'une autre. Par exemple, certains types de UCD consultent les utilisateurs sur leurs besoins et les impliquent à des moments précis au cours du projet; particulièrement pendant la collecte de données et les tests d'utilisabilité. D'autre part, il y a des méthodes UCD avec lesquelles les utilisateurs ont un impact profond sur le design en participant en tant que partenaires avec les designers tout au long du processus de conception.

Le terme '*user-centered design*' est devenu largement utilisé après le livre *The Psychology Of Everyday Things* écrit par Donald Norman en 1988. Dire aux designers que les produits doivent être intuitifs ne suffit pas, certains principes sont nécessaires pour diriger la conception. Norman (1988) a suggéré que les sept principes de design suivants sont essentiels pour faciliter la tâche des designers.

1. Utiliser les connaissances dans le monde et des connaissances dans la tête en construisant des modèles conceptuels, rédiger des manuels qui sont faciles à comprendre et qui sont écrits avant l'implémentation du design.
2. Simplifier la structure de tâches : ne pas surcharger la mémoire à court terme, ou la mémoire à long terme de l'utilisateur. Sur la moyenne, l'utilisateur est capable de se souvenir de cinq choses à la fois. Il faut s'assurer que la tâche est elle consistante et fournit aides-mentales pour faciliter la récupération des informations de la mémoire à long terme. Assurez-vous que vous avez le contrôle sur la tâche.
3. Rendre les choses visibles : Comblez les écarts entre l'exécution et l'évaluation . On doit être capable de comprendre l'utilisation d'un objet en voyant les boutons corrects ou des dispositifs pour l'exécution d'une opération
4. Assurez vous d'avoir une bonne illustration et d'utiliser des graphismes. compréhensibles
5. Exploitez la puissance des contraintes naturelles et artificielles, afin de donner à l'utilisateur la sensation qu'il n'y a qu'une chose à faire.
6. Planifiez toutes les erreurs possibles qui peuvent être faites, de cette façon l'utilisateur pourra les rectifier .
7. Quand tout le reste échoue, normalisez. Créez une norme internationale si quelque chose ne peut pas être conçu sans\_mappages arbitraires.

8.

Il est nécessaire de réfléchir d'étudier attentivement le profil de l'utilisateur et comment l'impliquer dans le processus de design. Evidemment les utilisateurs sont ceux qui vont utiliser le produit final ou artefact pour accomplir une tâche ou un objectif. Mais il y a d'autres utilisateurs ainsi les gens qui managent les utilisateurs ont aussi des besoins et des attentes tout comme ceux qui sont affectés d'une certaine façon par l'utilisation de l'artefact ou l'utilisation de produits et services de l'artefact. Eason (1987) a identifié trois types d'utilisateurs : primaires, secondaires et tertiaires. Les utilisateurs primaires sont ceux qui utilisent l'artefact; les utilisateurs secondaires sont ceux qui vont utiliser l'artefact comme intermédiaire; et les utilisateurs tertiaires sont ceux qui vont être concernés par l'utilisation de l'artefact ou prendre des décisions sur son achat. Pour le succès d'un produit, dans son processus de design il faut prendre en compte un large éventail des acteurs autour de l'artefact. Tous les acteurs ne doivent pas être représentés sur l'équipe de design, mais l'effet de l'artefact sur eux doit être considéré. (Preece, et al, 2002).

Une fois que les acteurs du processus ont été identifiés et qu'une enquête approfondie de leurs besoins a été réalisée en effectuant des tâches et l'analyse des besoins, les designers peuvent développer des solutions de design alternatives à faire évaluer par les utilisateurs. Ces solutions de design peuvent être simplement du papier et des dessins au crayon dans la phase initiale du processus. L'écoute des utilisateurs par les designers peut concourir à la compréhension par les designers de la destination de l'artefact et peut fournir des informations qui n'auraient pas apparues dans les premiers entretiens, observations, et dans l'analyse des besoins. Comme le cycle de design progresse, des prototypes (versions limitées du produit / artefact) peuvent être produits et testés par l'utilisateur. À ce point, les designers devraient porter une attention particulière aux évaluations des utilisateurs car elles aideront à identifier les critères d'« utilisabilité » mesurables. Les critères d'utilisabilité mesurables portent sur des questions liées à l'efficacité, la sécurité, l'utilité, la facilité d'apprentissage et la mémorisation (combien de temps il faut pour enregistrer mentalement les tâches les plus courantes) du produit / artefact et la satisfaction subjective des utilisateurs. Vous pouvez voir combien il serait difficile pour les designers de savoir ou d'imaginer tous les critères d'utilisabilité qui sont importants pour les utilisateurs. C'est seulement à travers les informations recueillies dans un processus interactif itératif impliquant les utilisateurs que les produits peuvent être affinés. Le schéma suivant suggère les façons d'impliquer les utilisateurs dans le design et le développement d'un produit / artefact (Preece, et al., 2002).

Technique	Usage	Étape du cycle de Design
Interviews de découverte et questionnaires	La collecte de données relatives aux besoins et aux attentes des utilisateurs, l'évaluation des alternatives de conception, les prototypes et le dernier artefact	Au début du projet
Séquence des entretiens de travail et des questionnaires	La collecte de données relatives à la séquence de travail à effectuer avec l'artefact	Au début du cycle de design
Les groupes de discussion	Inclure un large éventail de acteurs pour discuter des questions et des exigences	Au début du cycle de design
Observation sur le terrain	La collecte d'informations relatives à l'environnement dans lequel l'artefact sera utilisé	Au début du cycle de design
Jeux de rôle, parcours et simulations	Évaluation des designs alternatives pour obtenir des informations supplémentaires sur les besoins et les attentes des utilisateurs, l'évaluation du prototype	Au début et à mi-parcours dans le cycle de design
Les tests d'utilisabilité	La collecte de données de quantités relatives aux critères d'utilisabilité mesurables	Stade final du cycle de design
Entrevues et de questionnaires	La collecte de données qualitatives relatives à la satisfaction de l'utilisateur avec l'artefact	Stade final du cycle de design

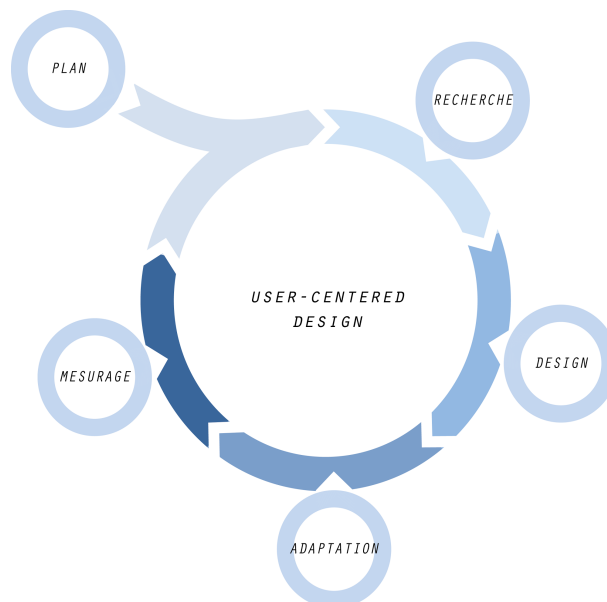
L'avantage principal de l'approche de *User Centered Design* est qu'une meilleure compréhension des facteurs psychologiques organisationnels, sociaux et ergonomiques qui affectent l'utilisation de la technologie informatique se dégage de la participation des utilisateurs à chaque étape du design et de l'évaluation du produit. La participation des utilisateurs assure que le produit sera adaptée à l'usage envisagé dans l'environnement dans lequel il sera utilisé . Cette approche conduit à la mise au point de produits plus efficaces, adaptés et sécurisés. Il aide également les designers à gérer les attentes des utilisateurs sur un nouveau produit . Lorsque les utilisateurs ont été impliqués dans la conception d'un produit , ils savent dès le début à quoi s'attendre d'un produit et ils estiment que leurs idées et leurs suggestions ont été prises en compte au cours du processus . Cela conduit à un sentiment d'appartenance du produit final qui

aboutit souvent à une plus grande satisfaction de la clientèle et une meilleure intégration du produit dans l'environnement ( Preece et al , 1994; . Preece , et al, 2002).

Si le design n'est pas centrée sur l'utilisateur , cela pourrait conduire à des designs mal pensés . Lorsque les attentes des utilisateurs ne sont pas satisfaites , ces derniers peuvent être frustrés ou en colère . L'inconvénient majeur du *User Centered Design* est qu'il peut être très coûteux . Il faut du temps pour recueillir des données sur les utilisateurs , surtout si vous cherchez à comprendre l'environnement dans lequel ils utiliseront les produits . Le processus requiert des ressources financières et humaines . Les équipes de *User Centered Design* bénéficient généralement de personnes de différentes disciplines , notamment des psychologues , sociologues et anthropologues dont le travail consiste à comprendre les besoins des utilisateurs et les communiquer aux développeurs techniques de l'équipe. L'inconvénient de cette approche est que les membres de l'équipe doivent apprendre à communiquer efficacement et doivent respecter les contributions et l'expertise de chacun. Cela peut prendre du temps et donc augmenter les coûts du processus . Les services gestionnaires peuvent se demander si cette valeur ajoutée vaut le coût , en particulier si les dates de livraison sont menacées.

(Abrás, C., Maloney-Krichmar, D., Preece, J. (2004) *User-Centered Design*. In Bainbridge, W. *Encyclopedia of Human-Computer Interaction*. Thousand Oaks: Sage Publications. (in press))

Le processus du *User-Centered Design* peut être visualisé dans l'illustration suivante.



(Le processus User Centered Design)

### 2.3. Human-Centered Design

Les entreprises, les entrepreneurs sociaux et d'autres innovateurs ont utilisé le Human-Centered Design depuis des décennies pour créer des solutions pour de nombreux types de défis. À la base, le processus de HCD est basé sur la croyance fondamentale que la compréhension approfondie des besoins, des espoirs et des aspirations des clients potentiels et de la vie qu'ils vivent constituent une incroyable source d'inspiration pour de nouvelles solutions. De cette exploration en profondeur dans les expériences et l'environnement des populations, les designers de HCD repèrent les tendances et les opportunités pour le développement du concept. Et puis il est temps de passer des concepts aux prototypes vivants et aux expériences sur le terrain. Les designers de HCD apprennent par la pratique à faire évoluer leurs solutions basées sur des informations en temps réel.

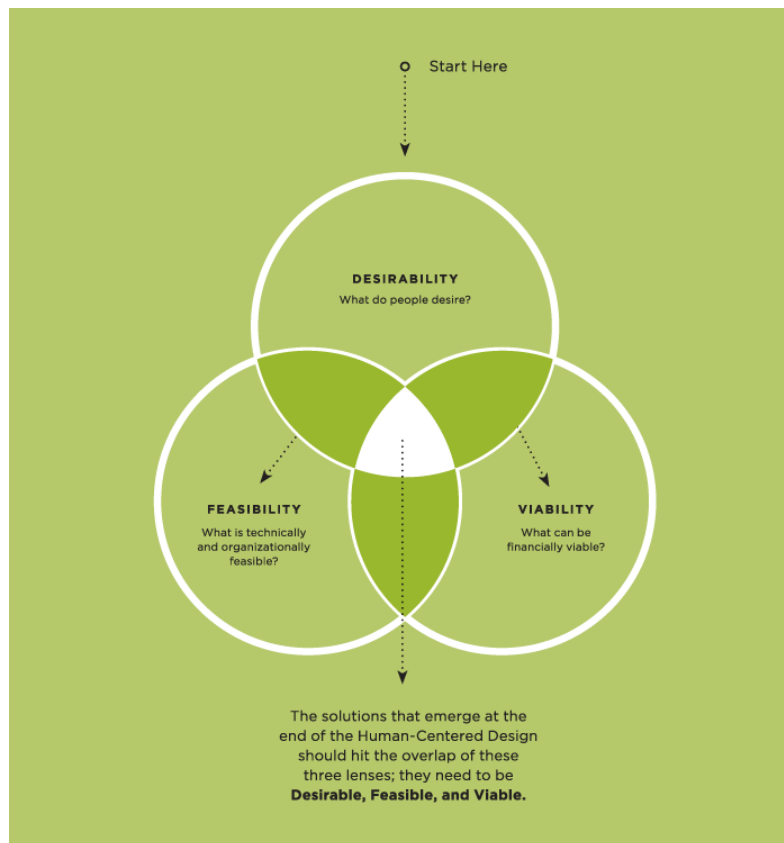
Le processus du Human-Centered Design aide ceux qui sont à l'écoute des besoins des personnes et des communautés dont ils font partie à créer des approches novatrices pour répondre à ces besoins et à offrir des solutions qui fonctionnent dans des contextes culturels et économiques spécifiques. Centré sur l'optimisation des contraintes complexes, le processus de HCD permet aux utilisateurs de poser les bonnes questions. En fin de compte, il peut augmenter la vitesse et l'efficacité de la mise en œuvre des solutions qui ont un impact sur la vie des gens pour lesquels ces solutions ont été conçues.

Un ensemble d'outils de Human-Centered Design a été conçu pour IDEO (<http://www.ideo.com/>) en partenariat avec Bill & Melinda Gates Foundation (<http://www.gatesfoundation.org/>). Cet *HCD Toolkit* décrit étape par étape l'approche et le développement du processus de design appuyé sur HCD. Créé spécifiquement pour les personnes, organismes sans but lucratif, et les entreprises sociales qui travaillent avec les communautés à faible revenu dans le monde entier, le *HCD Toolkit* guide les utilisateurs à travers le processus de la conception centrée sur l'homme et les soutient dans des activités telles que l'observation de la construction et de l'empathie compétente, le prototypage, l'animation d'ateliers et les idées de mise en œuvre. IDEO a créé aussi une plate-forme dénommée *HCD Connect* ([www.hcdconnect.org](http://www.hcdconnect.org)). Cette plate-forme permet aux personnes qui utilisent le HCD comme méthode de design dans le secteur social de se connecter et d'avoir un endroit pour partager leurs expériences, de poser des questions, et de se mettre en contact avec d'autres personnes travaillant dans des domaines similaires ou sur des défis similaires.

La raison de ce processus est appelée «centrée sur l'humain» parce qu'il commence par la personnes pour laquelle nous concevons. Le processus de DCP commence par examiner les besoins, rêves, et les comportements des personnes pour lesquelles nous voulons des solutions. Nous cherchons à écouter et à comprendre ce qu'elles veulent. Nous appelons cela la capacité souhaitable lentille. Nous voyons le monde à travers cette lentille au long du processus de conception.

Le Design centrée sur l'humain commence avec les gens pour lesquels vous concevez : leurs besoins, leurs comportements et désirs. Vous regardez le monde à travers cette lentille "Desirabilité " pour la durée de votre projet . Une fois que vous savez ce qui est souhaitable , vous allez commencer à voir vos solutions à travers les lentilles de « faisabilité » et « viabilité ».

- Désirabilité: Qu'est-ce que les gens désirent?
- Faisabilité: Ce qui est techniquement faisable et organisationnel
- Viabilité: Est-ce financièrement viable?



(HCD Three Lenses)

Les solutions qui émergent à la fin du projet de *Human-Centered Design* devraient tenir compte du chevauchement de ces trois objectifs : des solutions qui sont souhaitables, réalisables et viables.

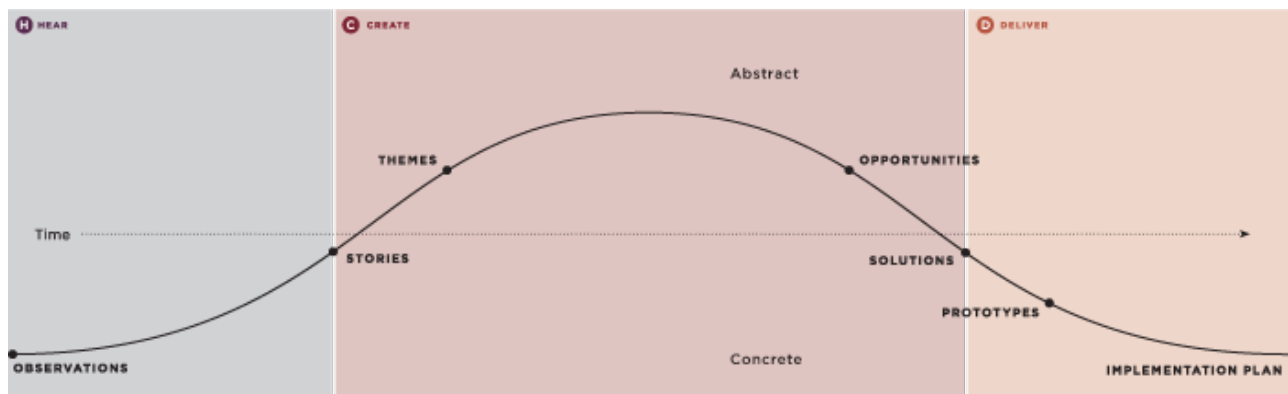
Dans la suite j'explique les étapes principales du processus de Human-Centered Design et comment les mettre en place.



## 2.4. Le Processus de HCD

Le processus de Human-Centered Design commence par un défi spécifique de design et passe par trois phases principales: Écouter, créer et livrer. Le processus déplacera l'équipe : d'abord observations concrètes sur les gens, puis réflexion et pensée abstraite pour découvrir des idées et des thèmes, puis retour au concret pour des solutions concrètes.

- Écoutez: Pendant la phase d'Écoute, l'équipe de design recueillera les témoignages et l'inspiration des personnes, afin de se préparer à mener des recherches sur le terrain.
- Créez: Dans la phase Créez, vous allez travailler ensemble sous forme d'atelier pour traduire ce que vous avez entendu des gens dans des cadres, des possibilités, des solutions, et des prototypes. Au cours de cette phase, il faudra vous déplacer ensemble, à partir du concret vers la pensée abstraite dans l'identification des thèmes et les opportunités, et puis retour au concret avec des solutions et des prototypes.
- Livrez: La phase Livrer va commencer à réaliser vos solutions par modélisation des produits et évaluation rapide du coût, des capacités, puis la planification de la mise en œuvre. Cela vous aidera à lancer de nouvelles solutions dans le monde.



*Human-centered Design* est un processus divisé en un ensemble d'outils. Vous pouvez choisir les techniques qui conviennent le mieux à votre contexte et à votre situation. HCD est également très flexible et peut compléter ou être complétée par d'autres approches.

Des méthodes telles que l'évaluation rurale participative (PRA ou *Participatory Rural Appraisal*), analyse de la chaîne de valeur et la validation peuvent être incorporées dans la méthodologie de HCD. Par exemple, votre Challenge de Design peut nécessiter de savoir l'affectation des ressources du village. Si une équipe membre est familière avec une méthode efficace pour PRA recueillir ce genre d'information, il faut absolument être intégré dans le processus.

Les défis à relever sont très complexes et sont susceptibles d'avoir été explorés par les prédécesseurs. Vous aurez une meilleure chance de succès pour résoudre un problème complexe, s'il a déjà été examiné par un. Cette équipe travaillera mieux si elle se compose d'un noyau de 3-8 personnes, dont l'un est l'animateur. En mélangeant ainsi différents horizons

disciplinaires et éducatifs, vous aurez une meilleure chance de proposer des solutions inattendues et originales quand ces problèmes auront été abordés avec différents points de vue.

#### 2.4.1. Ecoutez

*Déterminer à qui parler, recueillir des histoires et la façon de documenter vos observations.*

Concevoir des solutions efficaces et novatrices qui serviront vos utilisateurs commence par la compréhension de leurs besoins, leurs espoirs et leurs aspirations pour l'avenir. La méthode suivante va permettre à l'équipe d'agir avec des méthodologies et des conseils (pour engager les gens dans leurs propres contextes) afin de comprendre les enjeux à un niveau profond. Les objectifs de cette étape sont de déterminer :

- »À qui parler ?
- »Comment gagner de l'empathie ?
- »Comment faire pour capturer des histoires ?

- Phrase le Challenge

Vous pouvez utiliser cette méthode pour identifier des critères, établir un point de vue et décrire une opportunité de challenge design. Votre défi sera de guider les questions que vous posez dans le domaine et les solutions que vous développez plus tard dans le processus. Un bon défi est encadré en termes humains (plutôt que la technologie, produit, service ou une fonctionnalité), avec un sens de possibilité. Il est à la fois suffisamment large pour vous permettre de découvrir les zones ou valeurs inattendues et assez étroit pour rendre le sujet gérable.

- Extrêmes et *Mainstreams*

Lors du recrutement des participants, essayez d'inclure les opposés «extrêmes» et le «mainstream» entre les deux, afin d'avoir une gamme complète de comportements, de croyances et de perspectives. Un bon équilibre comprend un nombre égal de trois types de participants. Un tiers des participants pourrait représenter le groupe extrême qui a réussi, qui adopte rapidement les nouvelles technologies et présente des comportements souhaitables. Un tiers peut représenter l'extrême opposé ceux qui sont très pauvres, résistant à de nouvelles technologies ou qui manifestent des comportements problématiques. Le dernier tiers représente le courant modéré.

- Outils de Recrutement

Recruter les bons participants est important pour la réussite de votre projet. Identifier les questions à poser pour vous aider à trouver un large éventail de participants. Être attentif à la parité, aux origines ethniques, à la classe sociale pour avoir ainsi une gamme complète de comportements, de croyances et de perspectives. Garder une trace des personnes avec qui vous avez parlé, et choisir celles avec qui vous prévoyez de parler. Il est utile d'enregistrer des informations sur les types de participants et les caractéristiques des groupes et des emplacements.

- Découverte menée par la communauté

Envisager de recruter des membres de la communauté des principaux chercheurs, traducteurs, designers ou des informateurs clés pour votre projet. En demandant aux membres respectés de la communauté de mener la recherche, votre équipe va acquérir une expertise, de la perspicacité et des perspectives. La participation des membres de la collectivité présentant des relations solides ou une réputation d'intelligence et d'équité peut aider d'autres participants à exprimer leurs préoccupations ouvertement et honnêtement. Ces partenaires de recherche peuvent également aider à interpréter le sens et les motivations dans les déclarations des autres participants.

- Entretiens avec des experts

Si vous avez besoin de beaucoup de profondeur de vue ou d'informations techniques dans un court espace de temps, envisagez d'engager un expert pour compléter votre recherche primaire. D'autres ont peut-être déjà fait des recherches pertinentes se rattachant à votre projet. Les experts peuvent vous aider à en apprendre davantage sur l'histoire et le contexte d'une communauté ou d'un sujet particulier, à comprendre les règlements qui pourraient influencer sur la conception et la mise en œuvre de solutions, ou vous fournir des informations sur les technologies nouvelles ou en développement.

- Entrevue de groupe

Une entrevue de groupe est un bon moyen d'apprendre sur la vie et la dynamique communautaire et de comprendre rapidement les problèmes de la communauté. C'est une méthode utile pour donner une chance à toutes les tendances de la communauté d'exprimer leurs points de vue. Vous ne gagnerez pas une profonde compréhension des besoins et des croyances individuelles dans une entrevue de groupe, alors n'oubliez pas les entrevues individuelles pour accomplir cette tâche.

- Immersion en contexte

Rencontrer des gens là où ils vivent, travaillent et se socialisent offre de nouvelles possibilités et perspectives inattendues. Être avec les gens dans leur contexte réel et faire les choses qu'ils font normalement vous permettront de leur parler de leurs expériences dans le moment. En vous immergeant dans leur contexte, vous gagnerez de l'empathie et arriverez à comprendre les personnes (niveau intellectuel, expérience) pour lesquelles vous concevez. Cette compréhension vous aidera à concevoir des solutions avec leur point de vue à l'esprit.

- Entretien individuel

Un entretien individuel peut fournir une vue riche et profonde sur le comportement, le raisonnement et la vie d'une personne lorsque cela est possible (entrevues au domicile ou sur le lieu de travail du participant). Ces "en contexte" entretiens individuels mettent le participant à l'aise et vous permettent de voir les objets, les espaces et les personnes dont il parle pendant l'entrevue.

- Inspiration dans de nouveaux endroits

Pour obtenir une nouvelle perspective sur votre recherche, changer votre focus. Explorez des expériences similaires à la vôtre, mais dans un contexte différent pour le sujet. Comment trouvez-vous l'inspiration dans de nouveaux endroits? Un chirurgien peut obtenir un aperçu sur l'organisation de ses fournitures médicales par la visite d'un magasin de matériel, un employé de compagnie aérienne pourrait obtenir des idées sur le check-in en observant une réception de l'hôtel, un créateur de cruche pourrait observer d'autres façons dont les individus transportent des objets lourds ou des liquides.

- Auto-documentation

Cette méthode, efficace à long terme, engage les participants à l'enregistrement de leurs propres expériences et peut aider votre équipe à comprendre les nuances de la vie communautaire. Lorsque vous ne pouvez pas être présent, les photos des participants et des extraits de journal révèlent comment ils voient leur vie, la communauté et les relations.

- L'esprit du débutant

Lors de la saisie d'un environnement familier, s'efforcer de laisser apparaître des hypothèses fondées sur votre expérience antérieure pourra cultiver l'esprit du débutant. Posez des questions, vous pensez que vous savez peut-être déjà la réponse, vous serez peut-être surpris par cette réponse. Nous interprétons tous le monde sur la base de notre expérience et de ce que nous pensons que nous savons. Cet objectif de l'expérience personnelle peut influencer ce sur quoi vous vous concentrez et peut vous rendre incapable de voir les questions importantes.

- Guide d'entretien des agriculteurs

Structurer l'entrevue afin que les participants se sentent à l'aise en discutant des questions agricoles personnelles, familiales et communautaires ainsi, des défis de l'innovation et des attitudes envers les risques de crédit. La conversation va progresser à partir de détails, aboutir à une large réflexion ambitieuse et ensuite difficile : "Que faire si ...?" Scénarios ". Réfléchir à des questions de manière logique pour amener les participants à converser tout en restant concentré sur un domaine de recherche particulier.

- Guide d'entrevue pour la santé

Structurer l'entrevue afin de mettre les participants à l'aise pour discuter des problèmes de santé personnels, familiaux et communautaires ainsi que des défis de l'innovation tels que les vaccins ou les visites chez le médecin. La conversation va progresser à partir de détails, vers une large réflexion ambitieuse et ensuite «Que faire si ...?» Scénarios difficiles. Imaginez des questions et séquencez de manière logique pour vous aider à engager les participants dans la conversation tout en restant concentré sur un domaine de recherche particulier.

- Techniques d'entretien

Vous pouvez collecter des histoires riches en élargissant votre approche et les techniques d'entrevues

Pensez à demander aux participants de dessiner, décrire leur processus de pensée ou de réfléchir sur le pourquoi de leurs comportements ou attitudes spécifiques. Grâce au récit de

leurs histoires, les gens révèlent des questions importantes et des possibilités dans leurs expériences quotidiennes. Souvent, ce que les gens disent de leurs actes et ce qu'ils font réellement n'est pas la même chose. Ces techniques peuvent compléter des questions simples dans un entretien.

- Respecter vs Interpréter

Mettez de côté vos préjugés personnels. Développer une compréhension impartiale sur le comportement et les motivations des personnes vous permet de concevoir des produits, des services ou des expériences dont ils ont vraiment besoin. Cet exercice vous et votre pratique de l'équipe fait la distinction entre l'observation et l'interprétation de ce que vous voyez. Vous décrivez ce que vous voyez, vous considérez les multiples interprétations possibles et vous dressez la liste des questions que vous poseriez à trouver la bonne réponse.

- Concepts sacrificiels

Les Concepts sacrificiels sont des idées ou des solutions créées pour aider à poser des questions accessibles hypothétiques ou abstraites. Ces notions ne doivent pas être faisables. Elles ont pour but de susciter la conversation, contestant les hypothèses et d'aider les gens à comprendre un problème. Les Concepts sacrificiels fournissent des scénarios concrets auxquels les gens peuvent répondre.

#### 2.4.2. Créer

*Générer des opportunités et des solutions qui sont applicables à l'ensemble de la communauté.*

Pour passer de la recherche à des solutions du monde réel, vous voulez passer par un processus de synthèse et d'interprétation. Cela nécessite un mode de rétrécissement et l'abattage d'informations et de traduire des idées au sujet de la réalité d'aujourd'hui en un ensemble de possibilités pour l'avenir. C'est le plus abstrait le cadre du processus, lorsque les besoins concrets des personnes, sont transformées en connaissances de haut niveau sur la plus grande la population et le système de cadres que l'équipe crée. Avec des possibilités définies, l'équipe se déplacera dans une mentalité générative pour réfléchir à des centaines de solutions et faire rapidement quelques-uns d'entre eux tangible par prototypage. Au cours de cette phase, les solutions sont créées avec seulement le filtre *Desirabilité* de client à l'esprit. Les objectifs de la phase Créez sont:

- » Donner un sens des données
- » Identifier les modèles
- » Occasions Définition
- » Créer des solutions

- Design apathique

Cette approche de la résolution de problèmes commence par les pensées et les sentiments des peuples. Votre équipe de design travaillera à développer de l'empathie et se connectera émotionnellement avec les gens (..) afin de comprendre les problèmes et les réalités de leur vie. Idéalement, votre équipe va faire de la recherche dans de nombreux groupes différents et «essaiera de se mettre à leur place” avant d'utiliser cette méthode.

- *Storytelling* avec un sens

Lorsque vous racontez une histoire, vous transformez ce que vous avez entendu pendant la recherche dans les données et informations que votre équipe peut utiliser pour imaginer les possibilités et les solutions spécifique, descriptive et en temps opportun de l'un des membres de l'équipe peut devenir connaissance commune et source d'inspiration pour toute l'équipe. Parce que les histoires racontent des situations réelles et des événements spécifiques (pas de déclarations générales ou résumés) ils fournissent des détails concrets qui vous aideront à régler des problèmes particuliers.

- Créer des *Frameworks*

Un *Framework* est une représentation visuelle d'un système qui illustre les éléments et les relations.( de quoi?)

Lorsque vous créez un cadre, vous mettez l'information spécifique que vous avez recueillie des histoires dans un système facile à visualiser. Cela vous permet de contextualiser l'information et de voir les problèmes et les relations d'une manière holistique clair. Vous pouvez utiliser le cadre comme un outil de discussion et comme un moyen de développer ou de construire sur des informations clés. Tous les défis de conception ne produiront ou n'exigeront des cadres.

- Extrait *Insights* clés

Creusez dans vos recherches et vous serez surpris de découvrir des significations cachées. *Insights* sont des révélations, les choses inattendues qui apportent visibilité et clarté à votre recherche. Comme vous extraire des informations clés vous tournez histoires individuelles des vérités primordiales et vous venez de voir votre Design Challenge dans de nouveaux moyens.

- Trouver des Thèmes

Trouver des thèmes c'est explorer les points communs, les différences et les relations entre les informations que vous avez recueillies, afin de trouver un sens. Commencez par regrouper des données et le tri de vos résultats dans des catégories ou des seaux. Cluster liée idées en thèmes. Examiner la relation entre eux et rechercher des modèles. Vous pouvez regrouper et re-groupe(?) les données de différentes façons pour vous aider à identifier les opportunités.

- Réarticuler

Une fois que vous avez identifié des thèmes et des motifs, vous aurez envie de réarticuler les problèmes ou les besoins dans les zones d'opportunité.

Ce n'est pas encore le moment des solutions. Donc, si votre chance sonne comme une solution spécifique, prendre du recul et regarder l'aperçu d'origine. Demandez-vous: «Pourquoi offrir la

solution? » Travailler avec votre équipe à reformuler la vision, identifier les besoins auxquels répond votre solution, puis reformuler les à l'occasion.

- Réchauffer le *Brainstorm*

Le *Brainstorming* de nouvelles solutions consiste à ouvrir votre esprit et à générer beaucoup de solutions impraticables, sauvages ( allant dans tous les sens) afin de revenir à quelques idées raisonnables. Il est souvent difficile de surseoir à statuer et à encourager les idées sauvages. Mettez votre équipe dans un esprit énergique et ouverte à la réflexion en pratiquant ce à quoi une expérience réussie ressemble.

- Un diagramme est une forme de prototype.

Les Prototypes sont des outils jetables qui vous aident à penser, à communiquer avec les autres, à valider des idées et à en générer davantage. Avec les prototypages vous allez développer une compréhension plus profonde de ce que signifie l'idée et vous découvrirez des questions sur son opportunité, son utilité, sa viabilité et sa faisabilité. La création de diagrammes est une excellente façon d'exprimer un espace, un processus ou une structure. Utilisez cet outil visuel pour cartographier et étudier comment les idées se rapportent les unes aux autres et comment les processus ou les expériences changent avec le temps.

- Modèles

Un modèle est une forme de prototype. Les Prototypes sont des outils jetables qui vous aident à penser, à communiquer avec les autres, à valider des idées et à en générer plus . Par prototypage les idées, vous allez développer une compréhension plus profonde de ce que signifie l'idée et vous découvrirez des questions quant à son opportunité, l'utilité, la viabilité et la faisabilité. Un modèle physique d'un produit, rapidement monté à l'aide de matériaux bruts, est un moyen simple de prototypage qui vous permet d'envisager vos idées en 3 dimensions.

- Co-conception participative

Avoir vos solutions de co-conception équipe avec des gens de la communauté est un excellent moyen de tirer parti des connaissances locales. Il peut aussi conduire à des solutions appropriées au contexte et susceptibles d'être adoptées, car les gens locaux ont investi des ressources dans leur création. Pensez à utiliser la co-conception participative où beaucoup de connaissances et d'expertise locale sont nécessaires, des solutions de «l'extérieur» ne seront pas facilement adoptées sauf si la politique d'une communauté l'exige.

- Jeu de rôle

Le jeu de rôle est aussi une forme de prototype. Vous pouvez prendre du recul et de la compréhension de l'expérience émotionnelle d'un produit ou service en prenant le rôle d'une personne que vous imaginez pour agir sur l'expérience des membres de l'équipe.

- *Storyboards*

Un *story-board* d'un produit ou d'un service est un moyen simple de prototypage qui vous permet d'imaginer l'histoire complète de l'expérience d'un utilisateur à travers une série d'images ou des croquis.

- Construire sur l'idée

Apportez vos solutions pour les gens de la communauté pour les réengager dans le processus de conception et pour recueillir la rétroaction correcte. Écouter leurs questions et suggestions et être prêt à s'adapter, pour améliorer et repenser l'idée. Invitez les participants à construire sur les idées que vous présentez et demander leur d'examiner la façon dont les solutions pourraient être meilleures pour eux.

### 2.4.3. Livrer

*Prenez vos meilleures solutions, faire mieux, et les déplacer vers la mise en œuvre .*

Une fois que l'équipe de conception a créé de nombreuses solutions, il est temps de réfléchir aux moyens de les rendre réalisables et viables. La phase Livrer déplace vos meilleures idées vers la mise en œuvre. Les activités proposées ici sont destinées à compléter les procédés existants de mise en œuvre de votre organisation et peuvent inciter adaptations des solutions de façon sont typiquement déployé. Dans le phase Livrer, votre équipe devra:

- » Identifier les capacités requises
- » Créer un modèle de viabilité financière
- » Développer un *pipeline* d'innovation
- » Pilotes du régime et mesurer l'impact

- Essayez un modèle

Pour réussir, vous aurez besoin de concevoir un flux de revenus durables. Il existe plusieurs modèles de tarification et votre équipe peut essayer de voir si vos idées sont viables. Pensez à ce à quoi une solution pourrait ressembler si elle était offerte dans une variété de manières, comme l'abonnement, la subvention ou le paiement par utilisation.

- Fiche Rapide de Capacités

Pour faire une solution réalisable, vous aurez besoin de penser à où et comment votre solution sera utilisée ou expérimentée. Examinez les capacités de votre organisation et avec qui vous pouvez vous associer pour les améliorer . Répondez aux questions sur cette feuille de capacités rapide pour vous aider , financiers et de distribuit à identifier la gamme des droits, les capacités technologique son nécessaires pour faire de vos solutions réelles.

- Calendrier d'exécution

Tracer vos résultats dans un calendrier de mise en œuvre pour votre organisation. Typiquement, les innovations dans la catégorie incrémentale appartiennent au début de la chronologie et les innovations révolutionnaires par la suite. Regardez les relations entre solutions



pour voir si initier une solution va construire les relations entre partenaires nécessaires pour une autre solution. Déterminez les solutions qui sont à la portée des programmes actuellement financés.

- Innovation 2x2

Quel type d'innovation est bon pour votre projet? Pour comprendre comment de nouvelles solutions vont apparaître au sein de votre organisation; mapper sur un axe de nouveaux utilisateurs existants et de nouvelles offres existantes. Cet exercice vous aidera à identifier si vos solutions sont révolutionnaires, évolutives ou incrémentales. Il vous aidera à savoir si vos solutions étendre, adapter ou créer une nouvelle offre aide quand les considérer dans le contexte de votre stratégie de placement, la mission, les priorités et de l'appétit pour le risque. Vous aurez également précisé si votre solution est destinée à votre groupe d'utilisateurs actuel ou si elle élargit le groupe d'utilisateurs.

- évaluer les résultats

L'évaluation des résultats est importante pour le cycle d'apprentissage. Mesurer, analyser et évaluer l'impact de vos solutions pour apprendre, planifier, itérer et créer de nouveaux problèmes de conception. Une bonne évaluation d'une solution fournit une occasion de réflexion qui informera la direction sur les objectifs à prendre pour la prochaine série de dessins. Cette mesure aide également les intervenants à comprendre où investir au mieux leurs ressources et à planifier pour l'avenir.

- Évaluation de l'impact global

Lors de l'évaluation de l'impact des solutions, prendre une vision systémique et holistique. Identifier tous les acteurs et les effets de vos solutions. Créer une carte pour corréliser les parties prenantes aux effets. Ensuite, garder l'itération afin d'augmenter les effets positifs et réduire les effets négatifs.

- *Mini-Pilot* Feuille de Travail

Planifiez pour recueillir les commentaires en cours et réitérer sans cesse les idées. Avant la mise en œuvre à grande échelle, vous pouvez utiliser la feuille de calcul *Mini-pilot* pour planifier les prochaines étapes et itérations continues pour chaque solution. Utilisez la feuille de calcul pour vous aider à suivre les progrès, mesurer le succès et évaluer les résultats.

- La boucle d'apprentissage

Tout au long du design et de la mise en œuvre de nouvelles solutions, il est important de rester à l'écoute. L'apprentissage, l'évaluation et l'itération, l'histoire, les informations, les indicateurs et les résultats sont des moyens de collecte des données, vous pouvez les utiliser dans un cycle d'apprentissage continu. Au début du processus de conception, vous avez recueilli des histoires qui vous ont aidé à développer de nouvelles idées. Après les premières idées ont été prototypées, vous avez recueilli les informations pour traduire ces idées au mieux. Comme la mise

en œuvre commence, continuez à recueillir des témoignages et recueillir les commentaires des utilisateurs. Suivez les progrès et mesurez les résultats de vos solutions afin de continuer à améliorer vos créations.

- Indicateurs de Suivi

Les Indicateurs vous aident à évaluer les effets et l'efficacité de vos solutions. Ces effets peuvent être positifs ou négatifs. Ils peuvent également être intentionnels ou non. Certains types d'indicateurs: avant (début informations vous pouvez utiliser lorsque les résultats ne seront pas clairs pour une longue période), l'engagement (le nombre de personnes engagées dans un nouveau programme) ou analogue (où les impacts directs sont difficiles à voir). Travailler pour identifier et suivre les indicateurs appropriés pour votre projet.

## 2.5. Le design connecté, local, ouvert et dimensionné

Aussi avancé que notre monde soit , il y a un besoin de plus en plus d'apprendre à en gérer la complexité. Les systèmes de l'avenir seront ceux qui peuvent apporter des minorités ensemble afin de résoudre de gros problèmes. C'est quand une rupture nette des anciens valeurs modernistes vient d'avoir lieu.

Selon le professeur Ezio Manzini (Politecnico de Milano, DESIS Network), les quatre mots clés pour le développement du design pour l'innovation sociale sont: petit, local, ouvert et connecté. (*Small, Local, Open and Connected*). Ils sont significatifs, car ils sont, dans le même temps, visionnaires, dans le sens où ils génèrent une vision de la façon dont la société pourrait être. De par leur nature, ils sont compréhensibles par tout le monde, et ils sont aussi viables parce qu'ils sont pris en charge par les principaux facteurs de changement tels que les relations complexes entre la mondialisation et la localisation, la puissance de l'Internet et la diffusion de nouvelles formes d'organisation (qui rend possible.) Ces quatre mots sont aussi importants non seulement parce qu'ils synthétisent 20 ans d'étude et des études de cas, mais aussi car ils indiquent clairement qu'il n'y a pas d'espoir pour le design de solutions durables sans partir des notions (équivoquées ) de local et de communauté. Inversement, il n'y a aucun espoir de trouver des solutions durables sans tenir compte du cadre plus vaste d'une société en réseau mondialisé.

Aujourd'hui, le petit peut être influent à grande échelle comme un noeud dans un réseau mondial .

Et le local peut rompre son isolement en étant ouvert à l'afflux global des personnes, des idées et des informations . En d'autres termes, nous pouvons dire aujourd'hui que le petit n'est plus petit et le local n'est plus local, au moins en termes traditionnels.

Ce changement dans la nature du petit a une énorme implication, pour le meilleur et pour le pire. Peut-être l'implication potentiellement la plus bénéfique est que le réseau mondial permet

d'opérer à l'échelle locale et petite avec des moyens très efficaces , parce que, comme nous le verrons , le réseau et les systèmes flexibles qui émergent sont la seule possibilité pour fonctionner en toute sécurité dans le monde complexe, en évolution rapide.

Des considérations similaires s'appliquent à la notion de local et à la notion connexe de lieu . Au cours des dernières décennies , il y a eu des débats longs et importants sur la façon dont le flux de marchandises globalisé apporte la fin des notions de places et de localités, il est en effet important de reconnaître que la circulation des marchandises crée une crise de lieux traditionnels et favorise la propagation de "non-lieux" homogénéisés . Mais ces observations ne saisissent pas toute la complexité de la nouvelle réalité où un nombre croissant de personnes sont activement à la recherche de traditions locales et de nouvelles formes de localité enracinées dans le contexte moderne de l'interconnectivité mondiale.

Compte tenu des nouvelles significations que les termes «petit» et «local» ont pris dans la société en réseau, il est utile et important d'examiner leurs implications sur l'architecture des systèmes socio-techniques émergents.

### 2.5.1. Connectivité

*“C'est une question de relations”*

L'étincelle qui a fait Internet dans la communication a réuni des personnes d'une manière qu'on n'aurait jamais pu imaginer avant. Aujourd'hui, les entreprises peuvent se propager dans le monde entier et ont leurs employés réunis en ligne par web-conférences quotidiennes. Les emplois, les tâches et les projets peuvent être développés sans interruption grâce à des plateformes reliées entre elles par des logiciels. Mais en plus de cela, la façon de nous rapporter les uns aux autres dans nos communautés locales et mondiales a changé radicalement.

Les rendez-vous ne sont plus fixés par téléphone, mais sur les événements Facebook. Les nouvelles ne sont pas communiquées par le journal, mais par suivi en ligne via Twitter. L'expérience d'achat a complètement changé depuis que les boutiques en ligne ont été introduits. En 2012, le commerce électronique B2C a enrichi la marque de US\$ 1 billion pour la première fois.

Tous les jours, nouveaux sites, applications et logiciels viennent révolutionner la façon dont nous nous comportons et effectuons nos tâches. Les relations entre les gens, avec la proximité , la fréquence des contacts et le type de relation (comme un parent ou un ami) définissent les différents réseaux sociaux .

Les Services de réseaux sociaux sont constitués des systèmes logiciels basés sur le Web visant à favoriser l'interaction et la collaboration sur un réseau , tels que le chat , messagerie , e - mail , la vidéo , le chat vocal , le partage de fichiers , les blogs , groupes de discussion et les wikis. Ces caractéristiques sociales sont maintenant considérées comme une composante obligatoire de services et de technologies grand public , des télécommunications ( Skype a maintenant intégré les connexions sociales caractéristiques ) aux médias , en s'appuyant sur la « virtualité » sociale

pour la distribution de contenu. Cela permet aux gens de partager des informations facilement et se consulter mutuellement sur un certain nombre de questions telles que les informations de produit, au lieu de compter sur les critiques professionnels . Dans cette optique, les réseaux sociaux sont également en train de devenir la principale source de nouvelles et d'informations pour les personnes qui leur sont liées comme une nouvelle peut circuler dans un vaste réseau international en quelques minutes , en gardant l'ensemble du réseau connecté tout le temps .

Les sociétés qui sont connectées bénéficient d'avantages énormes et les possibilités apportées par ce progrès continuent d'inclure l'accessibilité de l'information , la connectivité sociale , la productivité du travail et l'indépendance personnelle . Cela va bien au-delà des influences en matière de consommation et pénètre les royaumes des événements sociaux et politiques . Ces réseaux sociaux sont un outil utile pour mobiliser un groupe de personnes qui partagent les mêmes convictions politiques pour résoudre les problèmes politiques tels que la corruption au sein du gouvernement .

L'émergence des smartphones ( comme l'iPhone et Android ) avec des applications intégrées (messaging instantané, Twitter , Facebook et autres semblables ) rend cette tendance encore plus forte.

Réseaux sociaux mobiles basés uniquement sur le canal mobile émergent . Comme ceux-ci sont intrinsèquement portés sur les aspects de la mobilité et de l'emplacement ( Instagram , Foursquare ) , la tendance du réseautage social sur des postes de travail est à la baisse .

Selon des chiffres récents , il y a deux milliards d'abonnements à l'internet, donc à peu près un tiers de la population mondiale est connecté . Il a été prédit que d'ici à 2020, entre 70 pour cent et 80 pour cent de la population mondiale sera connecté , grâce au soutien des gouvernements locaux dans les pays en développement .

Les Réseaux sociaux populaires de soutien, de services, de logiciels de réseau social sont déjà développés et fonctionnent dans le monde entier . Il y a un certain nombre de pays où les réseaux sociaux locaux se développent en particulier , comme la Chine , la Russie , la Corée du Sud , le Japon et le Brésil.

Avec la première génération de l'Internet , l'information a été fournie par quelques-uns pour la consommation de la majorité. L'Internet deuxième génération voit augmenter le nombre maintenant désireux et capable de contribuer à la richesse de connaissances et d'informations .

Entreprises et particuliers sont désormais plus dans le contrôle de l'information écrite à leur sujet sur le Web , avec des pépites d'information apparaissant dans de nombreuses sources différentes . Il n'est pas facile de demander toutes les informations ou d'influencer l'impression faite .

À ce jour , la réputation sur Internet est souvent négligée par les entreprises et les particuliers . La puissance de la réputation sur Internet n'a pas encore frappé la maison dans de nombreux cas , et son impact sur la marque ( positif ou négatif ) n'est pas entièrement compris .

Nous pouvons voir cela vient d' une tête dans les prochaines années : les grandes marques pourraient être durement touchés si elles ne reconnaissent pas que l'identité de leur marque et les informations à ce sujet sont en cours de création dans un contexte plus large de le “plusieurs”. A défaut de gérer la réputation des marques sur l'Internet peut avoir des conséquences dommageables .

Si une marque majeure est affecté de cette manière , il y aura une réaction réflexe initial des autres que le message est ramené à la maison . Initialement , les autres marques vont battre pour reprendre le contrôle de l'information à leur sujet , mais ce n'est vouée à l'échec comme la prolifération informations ne peut être contrôlée sur le Web .

Même les gouvernements sont de plus en plus incapable de contrôler la circulation de l'information . La déconnexion d'un pays tout entier de son service Internet à conserver les manifestants en Egypte de l'organisation sur Twitter , Facebook et d'autres plateformes de réseautage social a été en vain . La Chine a déjà quelques-uns des plus profondes restrictions en ligne au monde et il les augmente encore .

À plus long terme , les entreprises et les individus embrasser la capacité de l' Internet pour construire ou détruire leur réputation , et la gestion de la réputation sur Internet deviendront une activité dominante .

*(Extrait de: <http://ascentlookout.atos.net/>)*

### 2.5.2. Localisme

*“Ne pas confondre avec régionalisme”*

En opposition au rétrograde local est une qualité, pas un marqueur géographique". Ce n'est plus un lieu, mais une qualité. Nous voulons que les choses locales parce que nous aimons la qualité derrière elle.

Sur les "marchés de producteurs" les gens veulent avoir un lien avec le producteur local. Ils veulent savoir où ce qu'ils achètent vient et ils veulent avoir une relation avec la personne qui vend les marchandises.

Le vieux localisme a commencé dans les jours avant l'argent . Les gens étaient plus ou moins autonomes et négociés par l'échange de biens et de services . Ils étaient très en contrôle de ce qui s'est passé dans leur vie et savaient très peu de choses sur ce qui se passait dans le reste du monde .

Le colonialisme a changé tout cela . Les gens ordinaires ont perdu le contrôle sur l'utilisation de leurs ressources naturelles et devenus esclaves salariés et les contribuables . Beaucoup d'entre eux sont allés à l'école où ils ont étudié l'histoire et la géographie . Leur connaissance et la compréhension d'autres pays et le commerce international ont augmenté .

Maintenant, il y a quelque chose qui s'appelle la mondialisation . La boîte décrit trois théories sur ce que signifie le mot .Quelle que soit la théorie est correcte, il a été , depuis les

années 1970 , un changement dans le monde entier vers des politiques de marché libre et une perte de contrôle du gouvernement sur ce qui se passe dans les économies nationales . Politiques d'ajustement structurel ont conduit à la déréglementation , la privatisation et la décentralisation . Cela a rendu facile pour les entreprises étrangères d'avoir une énorme influence sur ce qui se passe dans les économies locales .

Cela signifie que beaucoup d'énergie est passée de politiciens élus aux hommes d'affaires non élus. En conséquence les gens ordinaires ont peu à peu perdu intérêt à voter pour les représentants . Ils prennent maintenant l'action directe par les organisations de la société civile et ils forment des mouvements sociaux d'influer sur les problèmes spécifiques auxquels ils sont confrontés.

Les bases du processus politique est aussi vieille que le temps. Il doit y avoir un équilibre entre les hommes politiques qui veulent le pouvoir , les hommes d'affaires qui veulent but lucratif et les gens ordinaires qui veulent la justice et le fair-play . On pourrait soutenir que les hommes d'affaires mondiaux ont aujourd'hui trop d'indépendance et que le système est hors d'équilibre . C'est pourquoi il ya tant de pauvreté et destruction de l'environnement .

Lorsque la Banque mondiale et le FMI fixent les conditions des prêts aux gouvernements des pays pauvres qu'ils regardent dans deux directions différentes en même temps . Lorsque l'on regarde vers la gauche , ils disent que la stratégie de réduction de la pauvreté devrait être construit grâce à la participation et à la consultation généralisée et donc être pris en charge localement . Cela signifie qu'il devrait y avoir plus de démocratie . Lorsque l'on regarde vers la droite , ils disent qu'il devrait y avoir déréglementation et de privatisation . Cela signifie que le contrôle sera accordée aux hommes d'affaires qui ne sont pas démocratiquement responsables .

Le nouveau localisme s'inscrit dans les espaces qui sont créés par cette situation . Les populations locales doivent comprendre les forces mondiales qui les touchent . Ils peuvent alors former des alliances avec des groupes et des mouvements dans leur propre pays et de construire leurs propres entreprises à but non lucratif , telles que les coopératives, les mutuelles et les entreprises sociales . En outre, ils peuvent se connecter avec les mouvements sociaux similaires dans d' autres pays pour recueillir des informations et de construire leurs arguments ( technologies de l'information peut aider à cela ) . Les représentants des gens ordinaires peuvent alors avoir une voix à la table avec les politiciens et les hommes d'affaires . C'est ainsi que des gens ordinaires peuvent aider à plaider la cause de la justice sociale et la durabilité environnementale .

*(Extrait de Seafield Research and Development Services: <http://www.srds.co.uk/>)*

### 2.5.3. Partage

*«Nous sommes ce que nous partageons»*

De nouvelles formes de partage à travers le monde ont eu sur la façon dont nous faisons des affaires et d'interagir les uns avec les autres. Jusqu'à présent, la révolution de l'information a principalement balayé par les industries et les services qui sont ou peuvent être numérique - chiffres, le texte, sons, images et vidéo. Secteurs connexes, tels que la banque, de l'édition, de la musique, des photos et des films, ont subi un changement massif. Maintenant les réseaux mobiles sont en pleine expansion que la perturbation de biens et de lieux physiques, y compris les hôtels, voitures, vêtements, outils et équipements.

Culture sous-jacente de partage, décentralisation et la démocratie du web, il est une plateforme idéale pour les groupes à s'auto-organiser, en combinant leurs idées et leurs savoir-faire, de créât ensemble des jeux, encyclopédies, logiciels, réseaux sociaux, sites de partage de vidéos ou enture univers parallèles . Cet culture de partage permet également la bande difficile pour les gouvernements de contrôler et difficile pour les entreprises de faire de l'argent.

En réalité , la créativité a toujours été une activité extrêmement collaborative , cumulative et social dans lequel les gens avec des compétences différentes, des points de vue et de la part d'intuition pour développer des idées ensemble. Une racine , plus la créativité est collaboratif , il n'est généralement pas le produit de l' éclair de génie d'un seul individu . Le web nous donne une nouvelle façon d'organiser et de développer cette activité collaborative .

L'usine a permis la production de masse , la consommation de masse de la classe ouvrière industrielle . Le Web pourrait faire de l'innovation et de la créativité d'une activité de masse qui engage des millions de personnes . Le monde développé , le 20ème siècle était préoccupé par l'organisation et la réorganisation du système de production de masse , ses usines , les systèmes de relations industriels , les pratiques de travail et des chaînes d'approvisionnement . Notre préoccupation dans le siècle à venir sera de créer et de maintenir une économie de l'innovation de masse dans laquelle les questions centrales sera de savoir comment plus de gens peuvent collaborer plus efficacement dans la création de nouvelles idées .

Comme les formes web inspirent plusieurs aspects de nos vies, il nous donnera une nouvelle façon de penser un ensemble de réflexes pour la façon dont nous devrions nous organiser . Pour les générations qui grandissent avec les sites de réseaux sociaux, des jeux multi-joueurs informatiques , les logiciels libres et les mondes virtuels , les réflexes appris sur le web vont façonner le reste de leur vie : ils vont chercher l'information eux-mêmes et attendre et bienvenue occasions de participer , collaborer , partager et travailler avec leurs pairs . Le web va lentement recadrer la façon dont nous voyons les aspects les plus importants de nos vies assembler . L'usine nous a encouragé à tout voir à travers le prisme de la ligne de production ordonnée la fourniture de produits que les consommateurs attendent . Le web nous encouragera à voir tout le monde comme un participant potentiel à la création de solutions collaboratives grâce en grande partie des réseaux d'auto-organisation . Mais cela ne pourra se passer que si nous pouvons organiser notre

intelligence partagée.

Aujourd'hui, l'information et de la communication (TIC) peut être utilisée pour activités qui, auparavant, nécessaires à la création, la manipulation ou le transport d'un objet physique, ou qui étaient tout simplement impossible. On peut maintenant créer un morceau de travail, partager avec d'autres, annoter, commenter, par échanger des informations uniquement. Ce changement ne concerne pas seulement l'artistique ou domaine culturel, elle affecte aussi les pratiques scientifiques et techniques, la gestion, conception de la machine, la communication interpersonnelle, l'expression publique et les médias.

La plupart des désaccords sur les droits intellectuels peuvent sans doute provenir de différents prend sur les changements apportés par les TIC. Qu'est-ce que celui-ci permettent, en premier avant tout, des échanges et de la collaboration sur une très grande échelle, avec un minimum de les coûts de transaction. «Coûts de transaction» comprennent les coûts liés à monétaire transactions, les contrats ou tout autre type d'accord, mais aussi le coût de détecter les compétences nécessaires pour un projet, ou d'atteindre le public intéressé par une teneur donnée. Ces avantages extraordinaires que sont réalisés, cependant, si les échanges d'information sont «libres» (c'est à dire non soumis à avant accords, les transactions, les autorisations ou les contrôles de pré-utilisation). Il est donc dans la sphère «non-marché» que les avantages de la révolution de l'information est le plus évident: l'accès aux œuvres et la connaissance et l'évaluation de leur intérêt, la coopération distribué vers la production d'information des outils tels que les logiciels, les médias en collaboration, etc.

Aujourd'hui, le vrai désaccord ne concerne plus le caractère radical des changements apportés par les TIC, mais plutôt l'acceptation de leurs effets. Certains estiment que c'est souhaitable d'imposer, dans le domaine de l'information, de la rareté et le degré de contrôle qui étaient inévitables dans le domaine de la physique transporteurs. Ils soutiennent que cela est nécessaire afin de préserver certaines fonctions qui existait dans ce dernier domaine (l'investissement dans la production de certains contenus, la rémunération des auteurs, signalisation des intéressant contenu). Il est de notre intention de démontrer que, au contraire, libérant échanges non marchands entre individus peuvent avoir une globalement impact positif sur la culture et l'économie créative.

*(Extrait de Philippe Aigrain - Sharing : Culture and the Economy in the Internet Age, 2012)*

#### 2.5.4. Proportionnalité

*“Proportionnalité plutôt que échelle.”*

Que Mie van der Rohe cite fois "less is more" est maintenant être repensé et remplacé par "faire plus avec moins".

Les nouvelles culture du design interrogent la taille approprié et d'échelle. Que plus n'est pas nécessairement mieux. Ou que plus rapide est -toujours- mieux. " Lors de la conception de la



taille et de la vitesse , la transition implique un changement de perspective de conception . Vers l'échelle humaine , l'échelle appropriée . Il nous demande de (re - ) les choses de proportion : il déplace notre attention de l'échelle de la proportionnalité .

Comment pourrions-nous amener les questions de proportionnalité dans nos conceptions ?

Qu'est-ce que ça veut dire de concevoir pour échelle variable qui nous permet de haut de gamme et bas de l'échelle en fonction du contexte ou l'objet . Comment pouvons-nous savoir quand nos conceptions sont hors de proportion avec les qualités du visent à produire ? Comment pourrions-nous concevoir une " échelle appropriée " qui n'est ni de grand ou trop petit . Que pourrait concevoir pour " taille limitée» ou « la lenteur sélective?

Nous savons que plus n'est pas nécessairement mieux . Mais ni pouvons-nous suivre tout simplement les mots de EF Schumacher que « *small is beautiful*» . Une nouvelle perspective demande quelle échelle est appropriée dans une conception . Il nous demande des choses proportion plutôt que de suivre les économies d'échelle que la seule logique .

Selon Schumacher, la question de l'échelle pourrait être mis d'une autre manière: ce qui est nécessaire dans tous les ces questions est de discriminer, de faire les choses triées. Pour chaque activité, il ya une certaine échelle appropriée, et la plus active et intime activité, plus le nombre de personnes qui peuvent prendre part, la plus grande est le nombre de ces arrangements de relations qui doivent être établies.

Prenez l'enseignement: on écoute toutes sortes de débats extraordinaires sur la supériorité de la machine de l'enseignement sur d'autres formes d'enseignement. Eh bien, nous distinguons: ce que nous essayons d'enseigner? Il devient alors immédiatement évident que certaines choses ne peuvent être enseignées dans un très cercle intime, alors que d'autres choses peut évidemment être enseigné en masse, par l'intermédiaire l'air, par télévision, par des machines à enseigner, et ainsi de suite.

## 2.6. Le rapport d'identité

*Qu'est-ce que l'identité signifie aujourd'hui?*

« L'identité » d'un individu est la somme de ces caractéristiques qui déterminent qui est une personne . Cela comprend la perception d'une personne de se considérer comme semblable ou différent de d'autres personnes . Les gens peuvent choisir de présenter certains aspects de leur identité , ou de divulguer des renseignements personnels particulier .

Identités peuvent également être imposées par d'autres. Comme beaucoup de gens ont maintenant une présence en ligne , leurs « biographies virtuelles» peuvent être modifié ou même créées par d'autres personnes et , par exemple , par les entreprises. Même si une personne ne crée ses propres comptes en ligne , leurs familles et leurs amis peuvent les discuter ou les poster photos en ligne .

Les gens ont de nombreuses identités qui se chevauchent: Ce rapport tient compte de plusieurs aspects de l'identité , y compris ethnique , religieuse, nationale , âge , situation familiale, financière ,et identités en ligne . Une personne peut avoir toutes ces identités simultanément , même si une seule identité pourrait être plus importante dans des circonstances particulières . A la maison, une personne peut trouver leur identité en tant que parent plus importante , au travail , ils pourraient identifier comme un employé de la compagnie .

En ligne , ils peuvent poursuivre un passe-temps comme partie d'un groupe d'intérêt . Accord qui de l'identité d'une personne sont les plus pertinents dans une situation donnée dépend du contexte . Les identités sont donc culturellement contingent et hautement contextuel , mais peuvent aussi être fortement liée aux comportements , tant positifs (par exemple du bénévolat dans une communauté ) et négatifs ( tels comme un comportement antisocial ) .

Les gens expriment leurs identités de différentes manières :Si une personne est inclus ou exclu d'un groupe est important dans la formation de leur identité . Les gens de identités sont en partie créés par l'appartenance au groupe , mais ils peuvent également choisir d'adopter une identité qui est différente de la façon dont les autres stéréotypent eux. L'identité d'une personne est au cœur de leurs valeurs et affecte fondamentalement la santé et le bien-être , si la liberté d'expression de soi est important . L'un des la plupart des observations importantes sur l'impact des identités en ligne est la façon dont certaines personnes peuvent se sentir que ils ont atteint leur identité «vrai» pour la première fois en ligne . Par exemple, certaines personnes peuvent socialiser plus succès et de s'exprimer plus librement en ligne . C'est l'une des façons dont les identités en ligne peut transformer les identités hors ligne .

Identités ont de la valeur : L'identité des personnes ont de la valeur personnelle , psychologique, social et commercial . La croissance dans la collection et l'utilisation de données personnelles peut avoir des avantages pour les individus, les organisations et le gouvernement , en offrant une plus grande idées à travers l'analyse des données , et le développement des services plus ciblés et plus efficaces . identités peut unifier les gens et peut être considérée comme une ressource précieuse pour promouvoir l'interaction sociale positive. Toutefois , cette croissance de la quantité de données disponibles a également le potentiel pour l'exploitation criminelle ou d'abus. La confiance est essentielle pour assurer des relations positives entre les personnes et commerciale organisations.

## 2.7. Le rapport de propriété

*“Le droit à l’usage va prendre le pas sur le droit à la propriété.”*

Selon un étude fait pour L’Obsoco (*l’Observatoire Société et Consommation*) en 2012, pour 83% des français l’important c’est de pouvoir utiliser un produit plus que de le posséder.

Nous voyons trois raisons principales à croire en ce changement de la société à l'égard des critères de propriété:

- Crise Économique: Si notre pouvoir d'achat baisse, nous voulons toujours autant profiter de tout ce que la société de consommation nous propose. Pour ne pas être frustré et ne pas nous priver, nous avons trouvé un moyen : repenser notre manière de consommer. Nous cherchons alors à optimiser nos dépenses, quitte à partager nos biens avec d'autres et posséder moins, pour autant consommer. Jonathan Clark, directeur executif de WhipCar, défends que la consommation collaborative, c'est du bon sens. Une voiture peut coûter jusqu'à 7000\$ par an en entretien, et la majorité des propriétaires de voiture ne la conduisent pas tous les jours.
- Prise de conscience environnementale: Pour réduire notre impact sur l'environnement, éviter le gaspillage et la création de déchets inutiles, nous révisons nos priorités. Nous voulons être sûrs d'utiliser pleinement ce que nous achetons et nous trouvons des solutions alternatives pour disposer temporairement de ce dont nous n'avons pas besoin tout le temps.

“Quand ils déclarent vouloir mieux consommer, cela passe par acheter des produits vraiment utiles pour 32% des français.”(Obsoco 2012) “Le jour où le consommateur aura le réflexe de se demander, alors qu'il s'apprête à acheter une perceuse ou une voiture, s'il a vraiment besoin de posséder cet objet sachant qu'il peut en louer une ou l'emprunter à son voisin, la planète s'en portera mieux Roo Rogers - Entrepreneur & Co-Auteur « What's mine is yours »”

- L'ère de l'esprit Web: Avec internet, notre rapport à la valeur des choses a changé. La facilité d'échange et de partage, gratuitement et sans droit, nous a permis de multiplier notre accès aux choses, soit en trouvant des solutions pour posséder à moindres coûts, soit en échangeant conseils et objets en ligne. Selon une étude fait pour Cetelem sur la consommation en 2013, 62% des français déclarent que, dans les années à venir, ils seront plus prompts à faire appel à l'entraide, à l'échange de produits/services, plutôt que de payer.

Rachel Botsman, co-auteure de “*What's mine is yours*” explique que les comportements de partage, à travers des sites comme Flickr et Twitter, deviennent une seconde nature sur internet et sont appliqués à des parties non-connectées de nos vies quotidiennes.

Les recherches sur le bien-être [...] ont montré systématiquement que l'argent ne nous rend heureux que jusqu'à un certain point. Mais aussi qu'acheter des expériences nous rend plus heureux qu'acheter des produits.(Simon Smith). C'est impossible de parler de l'évolution de notre rapport à la propriété sans parler d'abord de l'occasion. Nous sommes 60%\* à être adepte de cette pratique et à ne plus chercher le neuf à tout prix. Nous préférons être malin dans nos achats. Mais au-delà de ce phénomène de masse, une foule de nouveaux modèles émergent, bousculent

nos habitudes de consommation pour nous libérer des contraintes de la propriété et nous permettre de multiplier les expériences (\*Obsoco 2012).

Influencés par l' « open source » et les nouveaux modèles de propriété intellectuelle comme les « Creative Commons », nous sommes en train de réviser notre rapport à la propriété intellectuelle, au partage de la connaissance. Nous échangeons sur nos idées, nos concepts, nos projets pour se stimuler et s'enrichir les uns les autres, en travaillant ensemble. Cela nous permet d'entrer dans une véritable ère de collaboration et dans une nouvelle dynamique d'innovation.

Les marques ont une opportunité unique d'enrichir leur modèle, mais aussi d'être concrètement beaucoup plus ouvertes et plus proches de leurs consommateurs, plus humaines et plus réactives.

Pour toucher un consommateur qui cherche à payer uniquement la valeur de ce qu'il consomme et à accéder en abondance, les entreprises doivent comprendre qu'elles n'ont plus intérêt à vendre à tout prix. La location, la co-consommation, l'accès par abonnement sont autant de modèles à intégrer pour faire évoluer les modèles économiques, rendre l'accès plus simple et monétiser la production d'une nouvelle manière.

*(Basée sur Slideshare: Elodie Delneuf, Chef de projet Digital at Euro RSCG on Jan 23, 2014)*

## 2.8. Le rapport du sujet à l'objet

Plateformes numériques deviennent les catalyseurs de ressources sociales.

Pour trouver des nouveau film, l'achat d'une nouvelle chaussure ou même de décider où aller pour le brunch du dimanche, nos ressources sont de plus en plus des recommandations formulées sur les réseaux sociaux. Non seulement d'évaluer ce qui est disponible, mais pour définir les décisions, sur la base des recommandations formulées par d'autres qui étaient là avant ou achetés de ce magasin déterminée.

Ray Algar, consultant pour la société Oxygen, basée à Londres, a introduit le terme de « consommation collaborative » sur la revue Loisirs rapport à Avril 2007. L'article affirme que le pouvoir de négociation augmente lorsque les consommateurs sont mieux informés sur les prix et commencent à partager leurs connaissances.

En utilisant l'exemple de Wikipedia ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)), la plus grande encyclopédie en ligne au monde, qui en 2011 comptait, avec près de 270.000 collaborateurs dans une base mensuelle, Ray explique le phénomène qui prend dans le monde entier. Plusieurs exemples sont cités comme la façon dont les consommateurs collaborent en ligne pour échanger des biens et services sur Ebay. Des conseils d'utilisateurs au moment de décider sur un voyage qui peut être vu sur le site Web Conseiller de voyage.

Ces limites peuvent être poussés encore plus lorsque les consommateurs s'organisent pour négocier les achats, des remises et des avantages. Exemples qui peuvent être vus sur la plateforme néerlandaise Unies consommateurs (<http://www.unitedconsumers.com/>) où, ensemble, ils s'engagent réductions des coûts de l'énergie, les téléphones mobiles, l'assurance et l'essence.

L'équipe chinoise Acheter ( <http://teambuy.com.cn/> ) organise utilisateurs en grappes à acheter de l'électronique , le mobilier et les voitures avec des remises importantes .

La puissance de cette nouvelle société collaborative est alimentée par le progrès de la technologie . Démocratiser les processus et avoir un impact profond sur nos principes de partage . Cette évolution donne naissance à de nouvelles valeurs pour la puissance économique , la culture et la société.

### **3. La stratégie du design appliquée à plusieurs domaines**

*Le label "Design Thinking" n'est pas un mythe. Il s'agit d'une description de l'application des processus de conception bien essayé de nouveaux défis et opportunités, utilisé par les gens de la conception et de milieux non-conception. Je me félicite de la reconnaissance du terme et j'espère que son utilisation continue à se développer et à être plus universellement compris, de sorte que finalement chaque leader sait comment utiliser la conception et le design thinking pour l'innovation et de meilleurs résultats.*  
(Moggridge, 2010.)

Le leadership moderne a besoin de la pensée intégrative (*integrative thinking*) afin de gérer les tensions dans la recherche de solutions créatives à des problèmes. Penseurs intégratifs embrassent la complexité, tolèrent l'incertitude.

Dans le climat actuel en constante évolution et de la concurrence acharnée, la tâche clé d'un leader est de faire des choix solides . Dans un monde idéalisé, les dirigeants sont efficaces usines de choix - traitement de l'information , les options et les conséquences - et des décisions de roulement hors de leurs lignes d'assemblage personnelles chaque jour . Toutefois, les opérations quotidiennes fonctionnent rarement aussi bien que prévu, parce que les choix sont variés, complexes et exigeants . Par exemple, les dirigeants doivent décider où et sur qui ils vont concentrer leur attention ; sur les initiatives qu'ils passeront les ressources , comment , avec qui et où ils seront en compétition ; quelles capacités ils s'appuieront sur ; quelles activités ils vont arrêter ou de commencer à faire et comment ils vont motiver leurs frais .

Ces choix impliquent inévitablement des tensions - ce qui semble être un compromis dans lequel le choix d'une option empêche une autre option intéressante. Ou en utilisant une ressource rend cette ressource disponible à autres. La tension, par sa nature même , oblige les dirigeants à faire des choix d'une certaine sorte . Le maintien du statu quo, généralement , n'est pas un option. Pour y aller 'avant, il n'y a pas d'autre choix que de choisir .

Souvent, ces choix sont énigmatiques, présentant une combinaison difficile de qualités dont l'ambiguïté, l'incertitude, la complexité, l'instabilité, l'unicité et le risque. Choix énigmatiques avec ces caractéristiques exigent une attention particulière. Par exemple, ils impliquent une vaste gamme d'éléments interdépendants et les conséquences. Aborder une pièce du puzzle de choix signifie beaucoup d'autres sont touchés, ce qui rend impossible de briser le puzzle en petites parties et la résolution de chaque séquence. Résultats des initiatives sont souvent difficiles à prévoir, et les conditions changent souvent avant que des solutions peuvent être mises en œuvre.

En outre, de tels choix ne peuvent généralement pas être effectués dans frontières fonctionnels, régionaux ou opérationnels étroitement définies. Différents domaines d'une organisation de voir les questions et les choix auxquels ils sont confrontés de différentes perspectives. Cela suggère la nécessité pour les gestionnaires qui peuvent assister simultanément à une vaste gamme de variables interconnectées et les choix relatifs à traiter efficacement les choix énigmatiques. En bref, le leadership moderne nécessite la pensée intégrative.

Penseurs intégratifs travaillent pour voir le problème dans son ensemble, embrasser sa nature multi-variée, et de comprendre la complexité de son travail de causalité des relations. Ils font pour ce que les autres considèrent comme une recherche de paysage. Ils chaotiques pour les résolutions créatives à des problèmes généralement vus par les autres comme une « fourchette dans la route 'simple ou une liaison insoluble provoquée par les intérêts opposés de organisationnelle.

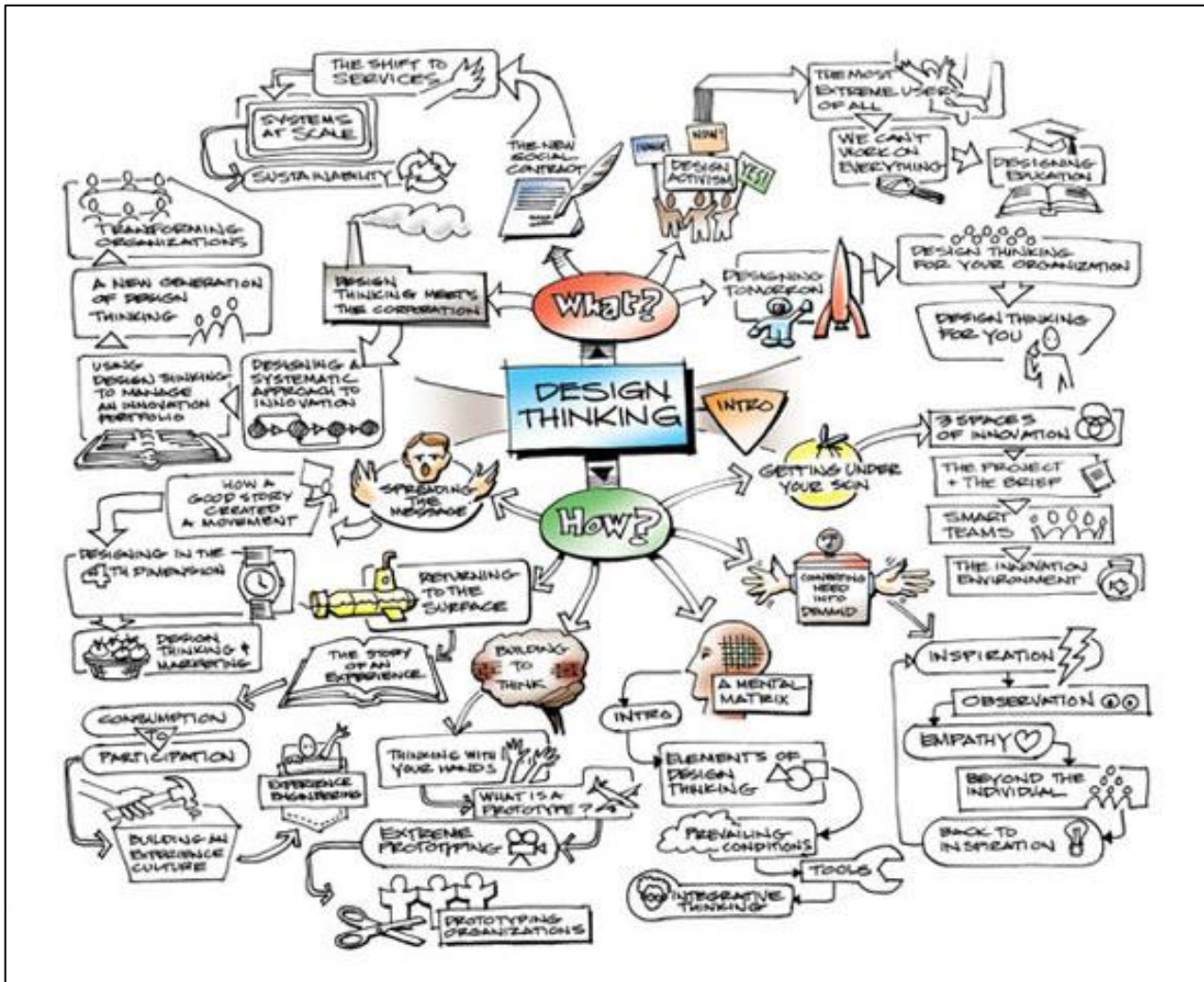
À la base, la pensée intégrative est un art, pas une formule ou un algorithme qui peut être suivie régulièrement du début à la fin. Les gestionnaires qui tentent de réduire le choix à un algorithme de décision sont rapidement dépassés par les qualités énigmatiques leurs surplombe les formulations de -la. Comme dans l'art, un, pas procédé algorithmique heuristique doit guider le choix fabricant d'intégration.

Pensée intégrative est un processus heuristique, pas une algorithme. Le penseur intégratif développe une position qui embrasse pas craint les qualités essentielles d'énigmatique de choix. Le penseur intégratif est un apprenant implacable qui cherche à développer le répertoire de compétences qui lui permet d'engager les tensions entre les opposés assez longtemps pour transcender la dualité et de chercher sur de nouvelles solutions. Penseurs intégratifs comprendre qu'ils sont engagés dans un processus créatif qui évite facile, tapotement, ou des réponses stéréotypées. En bref, la pensée intégrative est le style de gestion nous avons besoin si nous voulons résoudre les problèmes énigmatiques qui font face nos organisations dans le nouveau millénaire.

*(Extrait de The Art of Integrative Thinking par par Roger Martin et Hilary Austen)*

### 3.1. Qu'est-ce que le *design thinking* ?

Le *design thinking* se réfère aux méthodes et processus pour l'étude des problèmes mal définis, l'acquisition d'informations, l'analyse de la connaissance, et posant des solutions dans les domaines de la conception et de planification.



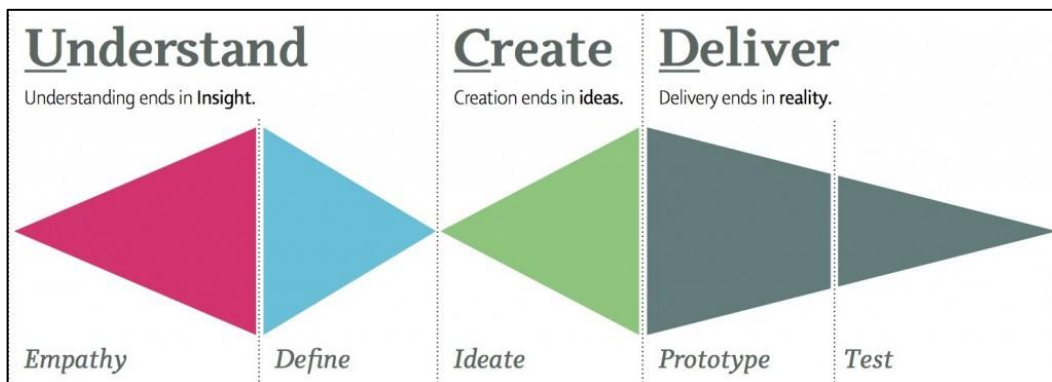
(Le Design Thinking: [http://designthinking.ideo.com/wp-content/uploads/2012/11/cbd\\_580px.jpg](http://designthinking.ideo.com/wp-content/uploads/2012/11/cbd_580px.jpg))

Comme un style de pensée, le *design thinking* est généralement considéré comme la capacité à combiner de l'empathie pour le contexte d'un problème, la créativité dans la production d'idées et des solutions, et la rationalité d'analyser et de solutions adaptées au contexte. Bien que le *design thinking* est devenue une partie du lexique populaire dans le design contemporain et la pratique de l'ingénierie, ainsi que des affaires et la gestion, l'utilisation plus large de décrire un style particulier de la pensée créative en action est d'avoir une influence croissante sur l'éducation du XXIe siècle dans toutes les disciplines.

(Handbook of Improving Performance in the Workplace, Instructional Design and Training Delivery, Vol. 1 by Wellesley R. Foshay, 2012).

Design a toujours été un catalyseur pour les processus d'innovation dans les produits et développement de services . Mais au cours des 7 dernières années , de nombreuses publications sur Design Thinking ( Brown , 2009 ; Martin , 2009 ; Lockwood , 2010 ; Cross, 2011 ; Liedtka et Ogilvie , 2011 ) et la création de groupes d'intérêt spécial dans les réseaux sociaux ( par exemple the Design Thinking Groupe LinkedIn depuis 2007 ) , le terme a gagné en popularité dans les médias d'affaires et devenir un label pour la prise de conscience que tout type d'organisation d'entreprise peut bénéficier de la façon de penser et de travail des concepteurs ( voir par exemple dans [www.innovationmanagement.se](http://www.innovationmanagement.se) ) .

Aujourd'hui , *Design Thinking* est entendu que l'écart de la pensée qui conduit à la transformation , l'évolution et l'innovation , aux nouvelles formes de vie et à de nouvelles façons de gérer les affaires. C'est l'une des raisons qui les écoles de design, comme le département de design de l'Université de Stanford ( <http://design.stanford.edu/pd/designthinking.html> ) ou l'École de HPI School of *Design Thinking* à la University Potsdam ( [http://www.hpi.uni-potsdam.de/d\\_school](http://www.hpi.uni-potsdam.de/d_school) ) offre un diplôme en *Design Thinking* . Il ne fait aucun doute que *Design Thinking* a beaucoup à offrir pour l'innovation du management , mais ce n'est pas encore clair pour de nombreux gestionnaires est la valeur ajoutée de *Design Thinking* pour l'innovation dans la pratique , et comment évaluer et choisir le modèle le plus effective de *Design Thinking* pour leurs pratiques d'innovation individuels .



(Processus du Design Thinking Source: <http://designthinking.co.nz/wp-content/uploads/2012/09/UCD-process.jpg>)

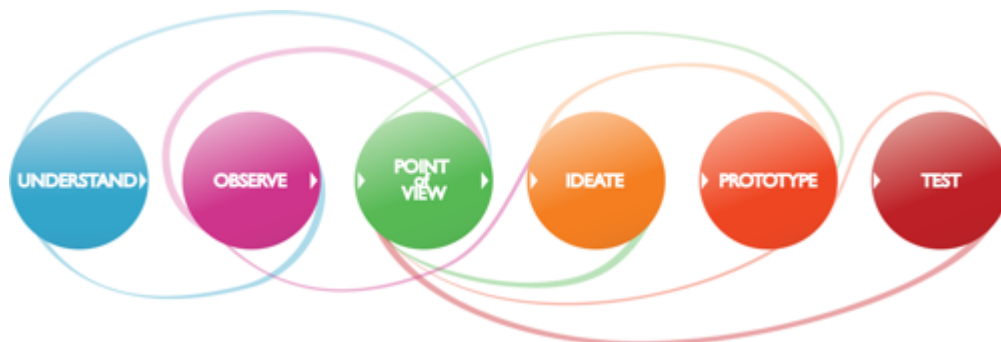
Pour la communauté du design, le nouveau concept pour la communauté du design, le nouveau concept de *Design Thinking* offre une opportunité dans leurs activités professionnelles: au lieu d'appliquer leurs connaissances simplement à la création de nouveaux produits et services, ils peuvent développer de nouveaux outils qui aident les organisations à se déplacer avec plus de créativité et d'efficacité dans les processus d'innovation offre une opportunité dans leurs activités professionnelles: au lieu d'appliquer leurs connaissances simplement à la création de nouveaux produits et services, ils peuvent développer de nouveaux outils qui aident les organisations à se déplacer avec plus de créativité et d'efficacité dans les processus d'innovation.



Les designers utilisent des outils pour accélérer et libérer leur processus de réflexion et de faire leur propre dialogue interne et la communication avec les acteurs plus efficaces, n'ont pas tous provenir du domaine de le design lui-même.

Le design, comme un domaine multidisciplinaire , a pris ses méthodes et outils de plusieurs champs de connaissances, tels que de l' art , de l'ingénierie , de l'anthropologie , la psychologie , etc. Mais la plupart des outils liés visuellement , telles que le dessin , *sketching*, la cartographie , le prototypage , etc, tendons de retour au début de l'enseignement du design , de sorte que nous pouvons dire qu'ils sont de design spécifique . Ces outils sont si essentiels , car ils permettent au designer de se renseigner sur une situation ou une solution à un problème futur . Ils servent aussi à transformer immature abstrait et idées latentes en quelque chose à construire et à discuter avec des collègues et d'autres intervenants. La méthode de *Brainstorming* et son variantes *Brainwriting* et *Brainsketching* et l'utilisation intensif des "Post It" de dans les processus de génération d'idées viennent de disciplines de design liées telles que la publicité et le marketing. Ils sont basés sur les processus collectifs et aider les participants à réfléchir de façon plus souple et radicalement . D'autres outils tels que *Design Thinking*: observation publique, ethnographie , personas , cartes empathie ou groupes de discussion , des outils importants pour l'approche Human-Centered Design, peuvent être liés à l'anthropologie et l'étude de l'interaction humaine avec les groupes sociaux .

La base de l'approche du *Design Thinking* est l'idée de l'observation intense avec tous les sens et l'empathie . Pour mieux comprendre l'essence d'une tâche ou un problème projet , les concepteurs tentent d'obtenir le plus grand nombre possible d'informations sur les utilisateurs de leurs futurs produits . La recherche commence souvent avec l' examen de la littérature existante sur le sujet et le contexte du projet . Les techniques d'observation , des entrevues en profondeur avec ces observées , les photos et autres registres visuels et interprétations de lu contexte de les utilisateurs, sont les plus importants pour obtenir de l'empathie et de clarifier le projet. Ils sont également indispensables pour une utilisation ultérieure comme une impulsion pour la génération d'idées.



(Etapes du *design thinking*, source: [https://dschool.stanford.edu/groups/k12/wiki/17cff/images/\\_\\_thumbs\\_\\_/5af04.png](https://dschool.stanford.edu/groups/k12/wiki/17cff/images/__thumbs__/5af04.png))

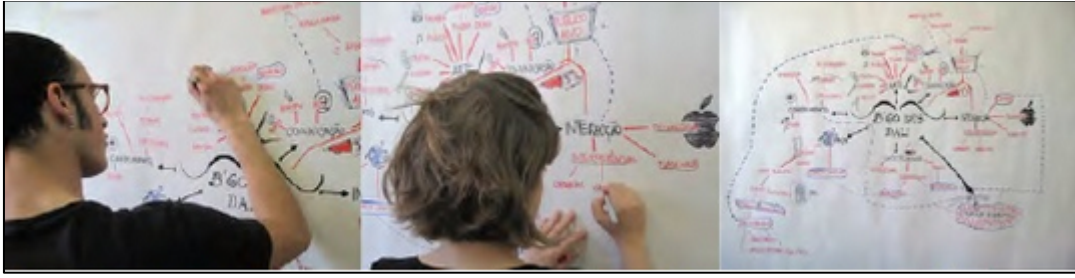
- Observation sur le terrain

Il existe plusieurs types de techniques d'observation. Ils se distinguent par des caractéristiques: structurées ou non structurées , déguisées ou non déguisées , naturel ou artificiel , personnelle ou mécanique , participant ou non participant ( Collins , 2010: 132 ) La version de l'outil de concepteur . est la composition ( et parfois renommer ) , dépend de le contexte où l'observation a lieu : si l' observation du comportement a lieu dans un environnement naturel ou artificielle , si les gens sont informés qu'ils sont observés ou pas , si le chercheur devient partie du groupe qui est à l'étude ou non , etc. Dans le design de services, outils d'observation ont donné des noms tels que *Service Safaris* (sortir à explorer bonnes et mauvaises expériences de service ) ou *Shadowing* ( immersion dans la vie d'un client ) ( Stickdorn & Schneider , 2010: 154 ) . Chaque type de demandes d'observation et impliquent dans le registre par la photographie ou l'enregistrement du motif de comportement des personnes , des objets et des situations de façon systématique , pour permettre à apprendre de lui . Un outil très utile pour l'apprentissage de l'issue est

la *Auto- documentation*: L'utilisateur / client observe lui-même guidé par un contour, enregistrant ses observations dans un journal , par la photographie ou par video. Il peut même être fait par le biais d'un téléphone mobile et envoyer une note, une photo ou film par le chercheur (*Ethnographie mobile*).

- *Mind Maps* et d'autres types de cartes d'information

Cartographie, l'organisation systématique d'informations complexes dans un format visuel transmissible , est un processus de recherche de modèles et d'extraction sens de la quantité d'informations collectées , par revue de la littérature , par observation ou par des entretiens . La visualisation des informations recueillies sur un projet non seulement aide à la communication dans un groupe , mais aussi pour donner de nouvelles idées sur le projet . Chaque interprétation de recueilli l'information visuelle est une synthèse , et sert d' impulsion à une nouvelle réflexion . Cartes , des représentations graphiques de l'espace ou des relations d'idées ou d'images peuvent être simples schémas graphiques, verbale ou visuelle, *associogrammes* (*Affinity Map* et *Empathy Map*) , Cartes d'Attentes ( Stickdorn & Schneider 2010 ) , complexe Infographies que nous pouvons trouver dans complexité ( Lima , 2011) ou des cartes de processus , tels que la *Journey Map*, une représentation graphique de l'expérience des clients ( Liedtka et Ogilvie , 2011 ) .



(Exemple d'un groupe Mind Map , réalisé par les étudiants de la 2ème année à l' ESAD - Ecole d'Art et de Design de Matosinhos , Portugal pour expliquer un concept à leurs collègues)

L'utilisation de différentes couleurs, des lignes, des formes et l'introduction de notes adhésives ou des photographies aide à créer le contenu d'une carte plus significative de l'information et une meilleure impulsion à une nouvelle sorte perceptions. Les des gestionnaires de cartographie savez sans doute mieux , c'est la *Mind Map*, une méthode développée par Tony Buzan ( Buzan et Buzan , 1993) . Étant à la fois un outil visuelle et verbale , *Mind Maps* sont très utiles dans la compilation des idées et des informations , depuis chaque mot clé peut être associé à d'autres mots et d'images . A partir d'un thème central, un *Mind Map* se compose de brindilles et de branches marquées , qui représente des relations . Dans sa préparation , couleurs , images et symboles doivent être utilisés pour stimuler l'association d'opérations et à rendre public le résultat de la *Mind Map* de manière claire et plus lisible.

*Mind Maps* peuvent être réalisées individuellement ou en groupes , comme des cartes de processus ou des présentations de comme concept .

- *Personas et Empathy Map*

En appliquant les outils *Personas* et *Empathy Maps* , les designers tentent de comprendre et interpréter les perspectives des utilisateurs finaux et les problèmes auxquels ils sont confrontés .

*Personas* est un outil basé sur des personnages de fiction , ce qui contribue à rendre l'idée abstraite d'un groupe d'utilisateurs personnels et humains. Fabriqué à partir des idées de observation et activités, *Personas* permet certains attributs de l'utilisateur d'un produit ou d'un service à être exemplifiés. Un personnage n'est pas une représentation d'un groupe cible de béton , mais cherche des idées pour révéler profondes dans les différents types d'expériences que les utilisateurs ont de la , avec l'objectif d'être une impulsion pour la génération d'idées sur la façon d'améliorer les expériences ( Liedtka et Ogilvie , 2011 : . 56-73 ) l' *Empathy Map* est un outil visuel pour organiser l'information obtenue de *Personas* et / ou par l'observation et des entrevues . Pour faire la carte , les designers travaillent en équipe , avec parfois la présence de clients potentiels . L'objectif est d'avoir un impulse visuel de réfléchir et de discuter de la perspective d'un utilisateur , ses influences , les besoins , les émotions , les désirs et les craintes , liées au contexte du projet .



(Des exemples de plans d'empathie, étudiants de la 2ème année à l' ESAD - École de Artand Design à Matosinhos , Portugal ).

- Outils pour génération d'idées et expérimentation

Probablement , les outils de *Design Thinking* pour la génération d'idées et l'expérimentation de solutions grâce à la visualisationsont les outils les plus connues et appliquées par les gestionnaires . Peut être il y a personne travaillant avec les processus d'innovation , qui n'a jamais participé à une séance de *Brainstorming* ou jamais exprimé une idée par un *sketch* . Mais même ainsi , les gestionnaires peuvent encore apprendre de la manière que les designers travaillent avec des outils de *brainstorming*, *sketches* ou autres outils de pensée visuelle .

- *Brainwritting* et *Brainsketching*

Sessions de *Brainstorming* , comme nous le savons tous , sont constitués d'une session participative de generation d'idées , sans discuter les idées ou les penser jusqu'à la fin . Avec l'objectif de produire une grande quantité d'idées en peu de temps , où les émotions et l'intuition qui sont plus importants que la pensée rationnelle . Bien qu'il existe de nombreux groupes qui travaillent avec enthousiasme et beaucoup de succès avec *brainstorming*, Il ya aussi des gens qui ne se sentent pas à l'aise avec la méthode dans sa version traditionnelle . Les raisons en sont , entre autres , la prédominance de la communication verbale et la présentation des pensées à haute voix , la présence d'experts dans le groupe , dont les idées fortement influencer les autres membres , l'attitude réservée de la plus timide ; inhibition de la présentation inhabituelle et pensées fantaisistes , la fréquente tentation d'entamer des discussions sur les questions , la dépendance intense sur le modérateur . En raison de ces inconvénients en réflexion classique, les variantes ont été soulevées telles que *Brainwritting* et *Brainsketching* ( production d'idées à travers des dessins , faite par les participants ou le modérateur ) .

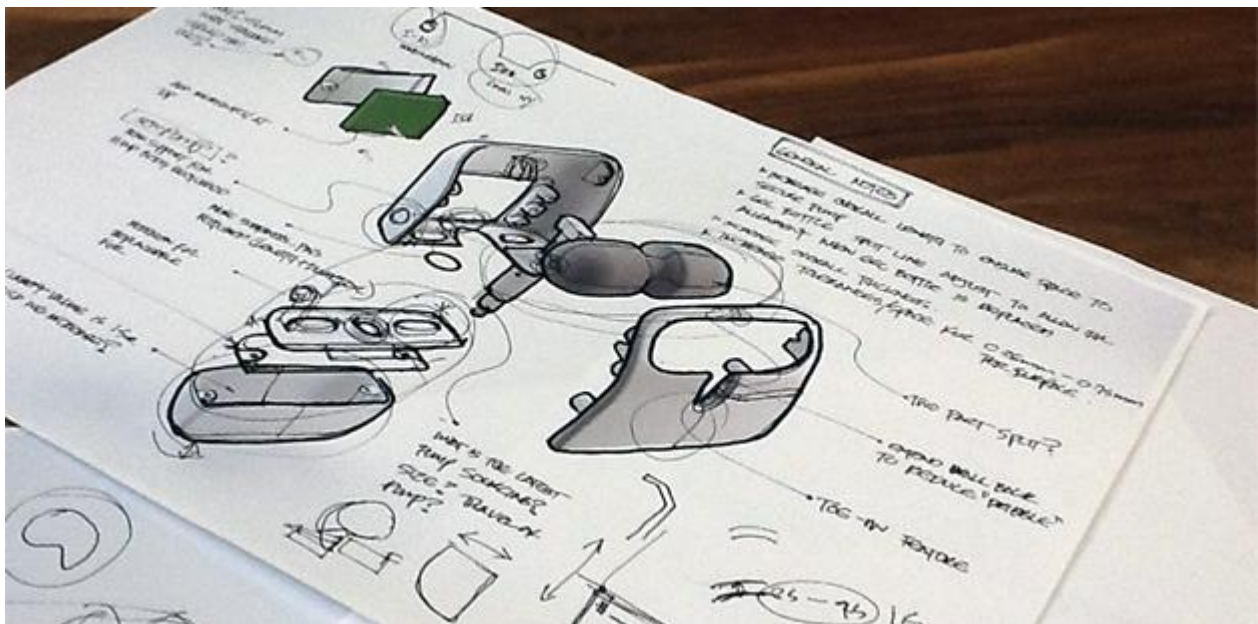
Dans le version de *Brainwritting* ou *Brainsketching* avec "Post-its" tous les participants décrivent ou dessiner chaque idée sur un "post-it" , qu'ils collent à la paroi ou une grande feuille de papier. Cette procédure permet à chaque participant de penser plus profondément sans influence immédiate d'autres associations . Chaque nouvelle note *Post-it* sur le mur sert comme stimulus de nouvelles idées . L'avantage de cette variante de *Brainstorming* est non seulement la procédure de visualisation des idées , mais également la possibilité d'organiser et de catégoriser les idées , avec ou sans modérateur . Le *Post-it* variante est aussi celui qui permet de mieux évaluer une estimation emergent.



(Des exemples d'une session de méninges dans un atelier de sensibilisation, réalisé par l'auteur à INESC Porto, Portugal en 2011.)

- *Sketching*

La transformation des idées et des informations en images joue un rôle special dans le *Design Thinking* . Certains auteurs appellent même des outils de visualisation " de la mère de tous les outils de conception " , car ils sont utilisés à chaque étape d'un processus *Design Thinking* ( Liedtka et Ogilvie , 2011: 49 ) . Particulièrement pour générer de nouvelles idées et perspectives , croquis, dessin rapidement exécuté à main levée , est essentielle pour rendre les idées tangibles et concrets. *Sketches* n'ont pas à être sophistiquée , simple dessin sur un tableau blanc ou grand papier peut être un outil puissant pour expliquer , clarifier et de discuter des idées .



(Des exemples de sketches faits pour IDEO: [http://www.ideo.com/images/uploads/work/slides/The-Tube\\_IDEO-sketches\\_626px.jpg](http://www.ideo.com/images/uploads/work/slides/The-Tube_IDEO-sketches_626px.jpg))

- Confrontations visuels et sémantiques

Penser de nouvelles combinaisons est l'une des principales stratégies de *Design Thinking* . Le principe sous-jacent dans les outils de confrontation sémantique et visuel est l'aliénation des perspectives et des stéréotypes habituels ( Tschimmel , 2011b ) . Les idées les plus originales se posent lorsque des éléments d'un domaine de connaissance sont combinés avec des éléments d'un autre domaine de connaissance , éloignés de la première . Il s'agit d'un détournement de l'attention à d'autres domaines , qui, plus tard , avec d'autres associations à l'esprit, renvoie au problème initial . Lors d'une confrontation sémantique , une relation associative entre un problème



ou une tâche , et les mots , les phrases , les images , les photographies, les textures , les saveurs , etc , choisis parmi un point de vue particulier ou trouvés par hasard . La plus éloignée de leur relation , meilleur est le résultat. Outils bien connus , qui encouragent la confrontation visuelle et sémantique sont , entre autres , les techniques de *Visual Sinectics* , relation forcée ou l'intuition sémantique ( voir Pricken , 2001) .

- Outils pour l'élaboration et le développement

Outils de *Design Thinking* pour l'élaboration et le développement de concepts générés sont à dominante visuelle et matérielle. *Sketches* détaillées, *storyboards*, Dessins techniques , dessins 2D et 3D , et de prototypage rapide sont appliquées plus fréquemment dans le design.

- *Storyboard*

Un *Storyboard* est une série d'images ( dessins, illustrations ou de photographies ) , affiché en sequence , de visualiser un processus , un service ou un événement . Dans l'élaboration d'un concept, il est très utile pour tester une séquence des interactions des utilisateurs avec un nouveau produit , un service ou modèle d'affaires . Ce processus de pensée visuelle et la planification favorise un dialogue entre les participants . Le projet de *storyboard* est souvent faite avec des *post-it* ( en raison de leur mobilité ), qui sont remplacées lorsque la séquence finale est décidé . *Storyboards* complexes peuvent être utilisées dans des présentations à des clients d'un nouveau produit , une campagne , un nouveau service ou une nouvelle entreprise .



(Exemple de un Storyboard: <http://blog.voxygen.co.uk/wp-content/uploads/2010/02/post-it-blog.jpg>)

- Prototypage rapide

Comme des *Sketches* et projets de *Storyboards*, la Prototypage rapide est un moyen rapide de visualiser et matérialiser les concepts . Détails du concept , les formes et les nuances avec un

aspect brut et inachevé , sont portées à la vie et testés . La prototypage rapide plus tôt se fait le mieux , parce que l'échec précoce avec le développement du concept permet d'économiser beaucoup d'argent dans le développement ultérieur . Le but de la Prototypage rapide est de créer rapidement quelque chose de matériel qui peut faciliter les conversations avec des partenaires , être testé par les utilisateurs , affinés et améliorés , et finale discuté avec un public plus large .



(Exemple de prototypage rapide:<http://www.katrin-mathis.de/uploads/pics/Design-Thinking-Prototyping.JPG>)

- Outils de communication et de Livraison

Dans la dernière phase d'un processus *Design Thinking*, de nouvelles idées et de produits sont communiquées à un public composé de collègues , des intervenants ou clients / utilisateurs . Avant la livraison finale à la place du marché , haute-fidélité 2D ou 3D des prototypes sont testés et améliorés.

- *Storytelling*

*Storytelling* est un outil dont les designers utilisent pour partager de nouveaux concepts , de situer le nouveau produit ou service dans un contexte narratif . Présentation d'un projet dans un contexte émotionnel permet au public de suivre de beaucoup plus près les détails de la nouvelle proposition . Les histoires sont généralement indicatif, symbolique et facilement mémorable de créer un lien affectif fort avec l'auditoire. Le *Storytelling* est souvent associée à jeu de rôle ou *Storyboard* de communiquer visuellement l'histoire de l'utilisation du nouveau produit et la nouvelle expérience .

- Expériences d'apprentissage / Test

Pour tester , démontrer et promouvoir un produit final , les designers de produits construisent des maquettes , une modèle une échelle ou grandeur nature , qui fournit des pièces les plus importantes de la fonctionnalité de la conception . Graphistes appellent leur prototype

haute fidélité une preuve .sont très utiles pour obtenir des commentaires des utilisateurs et des clients, afin de détecter les points faibles et les erreurs . Pour apprendre d'un nouveau concept , dans l'innovation de service , le prototype peut même être lancé sur le marché à être essayé et à promouvoir les informations avant le lancement commercial final ( Liedtka et Ogilvie , 2011) . Un lancement qui devrait se sentir réel aux deux lanceurs et les clients , et devrait être ouvert à d'autres changements . Un autre possibilité de tester un nouveau service , un événement ou une idée d'affaires est un jeu de rôle ( Stickdorn & Schneider , 2010) . Dans un scénario spécifique du projet , les membres du personnel d'interagir avec les tests de clients la dynamique et la matérialisation du nouveau service ou d'un procédé . L'expérience devrait être filmé pour servir plus tard pour une évaluation et l'amélioration ultérieure de ce nouveau service.

Pour chaque entrepreneur et chef d'entreprise, il est utile d'appliquer le *Design Thinking* lorsqu'il se déplace dans un processus créatif de résolution de problèmes, ou lors de la recherche de nouvelles opportunités et de défis. Avec une compréhension plus profonde dans la dynamique et la puissance du processus *Design Thinking* et ses outils, gestionnaires de l'innovation peuvent améliorer leur participation et leur facilitation de, les processus d'innovation.

« (Extrait de *Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation, Katja Tschimmel (2012)*) »

Selon le Jon Freach, directeur de recherche de Frog Design (<http://www.frogdesign.com/>) et directeur de la création associé Lauren Serota, le *Design Thinking* introduit de nouvelles méthodes dans le processus et la culture d'entreprise qui forcent une juxtaposition entre les différentes entités et produit quelque chose d'inattendu . C'est ce que De Bono veut en venir avec " la pensée latérale " .

L'évolution des méthodes de conception est très liée à leur capacité de se déplacer d'une organisation ou d'une institution . Comment les méthodes facilitent la narration dans l'entreprise ? Quel genre d'histoires racontées ? Plus important encore, ce qui "colle" dans la mesure où les groupes investissent en eux? Alors, comment elles se manifestent -ils dans le monde ? Quels sont les produits , les services ou les expériences sont mis sur le marché ?

Nous sommes dans l'épaisseur d'un macro - tendance - des choses que l'habitude d'être la nouveauté , ou même simplement apprécié devenir banalisé. De plus en plus , nous fondons notre perception de la valeur de l'expérience globale que nous avons avec les choses que nous achetons ou les services auxquels nous souscrivons . Cette expérience peut être beaucoup de choses - le sentiment que nous avons d'utiliser quelque chose , l'association que nous avons avec la marque , un appel avec le service à la clientèle , ou les autres personnes qui l'utilisent et la plate-forme elle nous fournit . La différenciation pour les entreprises est de moins en moins le produit et plus les espaces entre le produit et son utilisateur , et le montant de la chorégraphie nécessaire pour faire cette agréable nécessite une approche cohérente et centrée sur la personne . Toutes ces choses donnent valeur et de différencier un produit ou service , et sont le résultat des entreprises évoluant vers la pensée de conception .



La valeur potentielle de le *Design Thinking* à l'entreprise est lié plus tôt sur l'application de la créativité , ce qui oblige les combinaisons entre les idées qui n'auraient pas existé , et en utilisant la sortie pour faciliter le récit d'un autre genre d'histoire à travers une organisation ( une empathie créatrice de l'une plus humaine ) .

Les entreprises y voient quelque chose qu'ils ne savent pas comment le faire , mais quelque chose qui devient importante - il a donc une grande valeur à l'heure actuelle . Comme ce type d'approche devient plus commun dans et en dehors des programmes de conception , il sera plus commun et donc moins de valeur.

### 3.2. Nouvelles architectures organisationnelles

*La nature coopérative de la nouvelle économie si fondamentalement contraire à la théorie de l'économie classique. Dont nous connaissons l'un de ses grands pré-réglages: La seule façon de Dynamiser efficace la croissance économique est l'intérêt personnel sur le marché.*

*Le nouveau modèle de l'économie favorise la latéralité des entreprises, ainsi que pour la communauté que pour le marché. Permettant de servir l'intérêt commun qui est le meilleur moyen d'assurer une croissance économique durable.*

*Investir et coopérer ne semble plus contradictoire, mais obligatoire pour réorganiser la vie économique, de l'industrie et de la société du 21e siècle.*

*Jeremy Rifkin, The Third Industrial Revolution (2011), p.181*

#### 3.2.1. L'entrepreneuriat social

Au cours des deux dernières décennies, le secteur du social a découvert que le secteur des entreprises appris il y a longtemps : Il n'y a rien aussi puissant que d'une idée nouvelle dans les mains d'un entrepreneur de première classe .

Les entrepreneurs sociaux sont des individus avec des solutions innovantes à des problèmes sociaux les plus pressants de la société. Ils sont ambitieux et persistante, la lutte contre les grands enjeux sociaux et en offrant de nouvelles idées de changement à grande échelle.

Plutôt que de laisser besoins de la société au gouvernement ou les secteurs d'activité, les entrepreneurs sociaux à trouver ce qui ne fonctionne pas et de résoudre le problème en changeant le système, la diffusion de la solution , et de convaincre des sociétés entières à se déplacer dans des directions différentes .

Les entrepreneurs sociaux semblent souvent être possédés par leurs idées, de commettre leur vie pour changer la direction de leur domaine. Ils sont des visionnaires, mais aussi réalistes , et sont finalement concernés par la mise en œuvre pratique de leur vision par-dessus tout .

Entrepreneurs sociaux, des idées présentes conviviaux compréhensibles, et éthiques qui

engagent un large soutien afin de maximiser le nombre de citoyens qui se lever, saisir leur idée, et la mettre en œuvre. Entrepreneurs sociaux sont des recruteurs de masse des modèles *changemakers* - rôle locaux prouvant que les citoyens qui canalisent leurs idées en action peuvent faire presque n'importe quoi.

Quand il s'agit de l'innovation, les organisations à finalité sociale sont confrontés à des défis particulièrement redoutables. L'innovation sociale n'est pas seulement de fournir de nouveaux produits et de nouveaux services, il s'agit de changer les croyances et les relations sous-jacentes qui structurent le monde. C'est une chose de créer un nouveau portable. C'en est une autre de transformer un individu, une communauté, une institution. Les organisations à finalité sociale ont maintiennent une adaptation, orientation-génératif type d'orientation qui leur permettra de s'attaquer de manière cohérente et créative avec la réalité sociale complexe.

### 3.2.2. Le futur du business social

Selon le lauréat du prix Nobel de la Paix et fondateur de la Grameen Bank, Muhammad Yunus, le Social Business introduit une dimension totalement révolutionnaire à l'économie de marché libre . Il n'interfère pas avec le mécanisme par lequel la normale de les affaires de but lucratif( PMB - *Profit Making Businesses* ) fonctionne et prospère capitalisation , la gestion de l'entreprise d'experts , compétitivité, etc , mais les investisseurs ici ne reçoivent pas de dividende , mais ils peuvent récupérer leur investissement s'ils veulent , à réinvestir dans d'autres entreprises sociales ou PMB . La satisfaction acquise dans la réalisation des objectifs sociaux sont le seul motif derrière l'investissement , et l'entreprise sera évaluée en fonction de cette norme . Essentiellement, il s'agit d'un non - perte , les affaires non - dividende visant à des objectifs sociaux éducation, la santé , l'environnement , tout ce qui est nécessaire pour résoudre les problèmes rencontrés par la société. Les bénéfices restent ici avec l'entreprise et l'aider à se développer davantage . Le tout est basé sur la prémisse que les entrepreneurs ne doivent pas être motivés uniquement par les profits qu'ils reçoivent personnellement , mais peuvent aussi être motivées par des objectifs sociaux et peuvent profiter de la réussite il avec une égale satisfaction . La chose importante est de ne pas mélanger un Social Business avec un PMB . En fait, l' inclusion des entreprises sociales aux côtés de PMB dans le monde de l'entreprise donnera le capitalisme de libre marché un plus grand, plus noble et un but plus épanouissante . Ses avantages par rapport charité simple ya beaucoup d'efficacité , l'utilisation continue avec chaque chiffre d'affaires , la concurrence avec PMB suivant les mêmes règles , l'utilisation des innovations d'affaires étant parmi les plus importants.

Il peut y avoir deux types de Social Business. Tapez l'un se concentre sur les entreprises traitant avec les objectifs sociaux seulement, comme on vient de parler. Taper deux peut prendre jusqu'à une entreprise rentable tant qu'il est détenu par les pauvres et les défavorisés, qui peut gagner en recevant des dividendes directs ou par des avantages indirects. Il existe différentes

façons comment la propriété peut aller aux pauvres. Les deux types peuvent être mélangés dans la même entreprise sociale comme cela s'est produit dans le cas de la Grameen Bank. Dans un mélange similaire de deux types, une route à péage rural socialement bénéfique ou pont peut être construit par une entreprise comme une entreprise sociale dont la propriété appartiendra aux pauvres

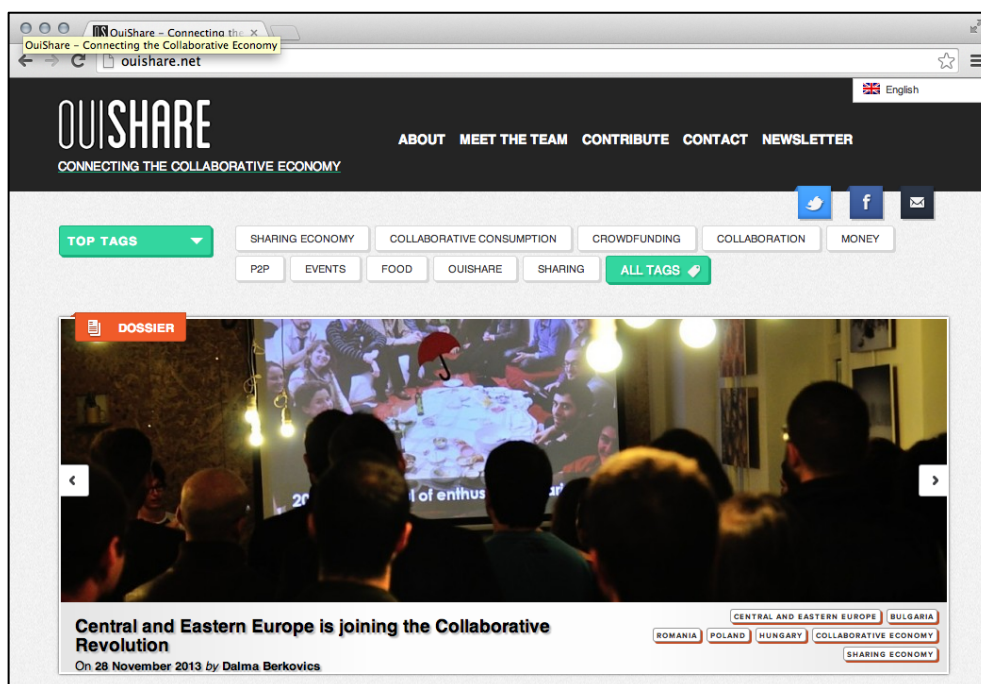
Social Business est un nouveau concept et sa pratique ne fait que commencer . Comme son livre révèle , il doit faire beaucoup plus d'exploration tout en acquérant plus d'expérience . Il ya des défis à relever et les solutions à développer. Par exemple , nous avons dû inventer un système de commercialisation totalement novateur pour garder le marché fragmenté de telle sorte que le faible coût , est réservée seulement pour les enfants pauvres et ne disparaît pas dans le marché urbain pour le bien de le faire .

Yunis a également abordé d'autres questions telles que la façon dont la propriété du type deux affaires social peut être transféré aux pauvres , ou la façon dont les merveilleuses possibilités offertes par l'informatique peut être mieux déployées pour le Social Business .

Une chose est très clair pour moi que le Social Business décollage , le monde du capitalisme de marché libre ne sera jamais le même, et il sera alors vraiment être en mesure de livrer un coup fatal à la pauvreté mondiale. Nombreux assistants d'affaires et des personnalités d'affaires prospères s'appliqueront leurs capacités à relever ce nouveau défi le défi de créer un monde sans pauvreté dans un court laps de temps . En ce moment, nous voyons simplement la ligne d'horizon . Bientôt une bonne partie du génie de l'entreprise , la créativité et l'innovation du monde se consacrer à ce nouvel objectif de bien social . Un tout nouveau marché boursier avec ses nouveaux indices vont prospérer dans les capitales financières du monde motivés par cette nouvelle mesure incitative. Il permettra d'accélérer le processus d'éradication de la pauvreté à un rythme impensable en utilisant le même mécanisme de marché qui a accéléré la prospérité mondiale pour les riches , en premier lieu .

## 4. Exemples de projets actuels

### 4.1. Économie participative : OuiShare



(Plate-forme OuiShare: <http://ouishare.net/>)

Lancée à partir d'un groupe Facebook, la Communauté OuiShare compte désormais plus de 500 membres, principalement en Europe et en Amérique du Nord et Amérique latine qui contribuent en anglais, français, italien, espagnol, portugais et allemand. En 2012, OuiShare a organisé plus de 40 événements (rencontres, conférences et ateliers créatifs) dans 20 villes européennes et nous avons désormais des communautés actives à Paris, Londres, Bruxelles, Rome, Barcelone, Madrid, Berlin, Munich.

Depuis Juillet 2012, la publication dans OuiShare.net, une magazine collaboratif en ligne proposant différents articles d'analyse sur l'économie collaborative, en français, anglais et espagnol.

Plus récemment, OuiShare anime des groupes de travail pour partager et produire de l'expertise sur des thématiques telles que la mobilité partagée, la finance P2P, les nouveaux circuits alimentaires ou la production distribuée.

OuiShare est une communauté ouverte internationale composée de passionnés - entrepreneurs, designers, makers, chercheurs, décideurs publics, citoyens, et bien d'autres- qui ouvrent pour le développement de l'économie collaborative. Organisation à but non lucratif fondée en janvier 2012 à Paris, OuiShare se donne pour mission d'explorer, de mettre en lien et de promouvoir les idées et projets à impact sociétal, basés sur les modèles du partage, de la collaboration et de l'ouverture.

Selon les créateurs de OuiShare, si les 10 dernières années se focalisaient sur les moyens nouveaux de créer, se connecter et partager sur le web ; les 10 prochaines années seront consacrées à la manière d'appliquer ces principes dans le monde réel. Déjà, de très nombreuses alternatives "peer-to-peer", collaboratives et "open source", modifient notre rapport aux biens matériels et immatériels en tirant partie de la force des communautés :

- La consommation collaborative décuple le pouvoir d'internet et des réseaux "peer-to-peer" pour réinventer la manière de partager, louer ou échanger services et biens
- Le mouvement des "Makers" et la production contributive dessinent les contours d'une nouvelle révolution industrielle, portée par les outils et les lieux de fabrication numérique (imprimantes 3D, Fablabs...) et le partage de plans, méthodologies et designs en open source.
- La finance collaborative permet la distribution des capitaux par le financement participatif (crowdfunding) ou le prêt d'argent de pair à pair mais aussi des alternatives aux systèmes de transaction actuels en s'appuyant sur les monnaies complémentaires ou l'économie du don.
- La culture libre (open knowledge) est le socle numérique d'une société collaborative, permettant la démocratisation de la science, de la culture, de la politique, de l'éducation ou encore de l'économie.

Pour OuiShare, ce changement de paradigme et tous ces développements forment l'économie collaborative. Le potentiel de ces nouveaux modèles est énorme mais les défis qui y sont attachés restent encore importants.

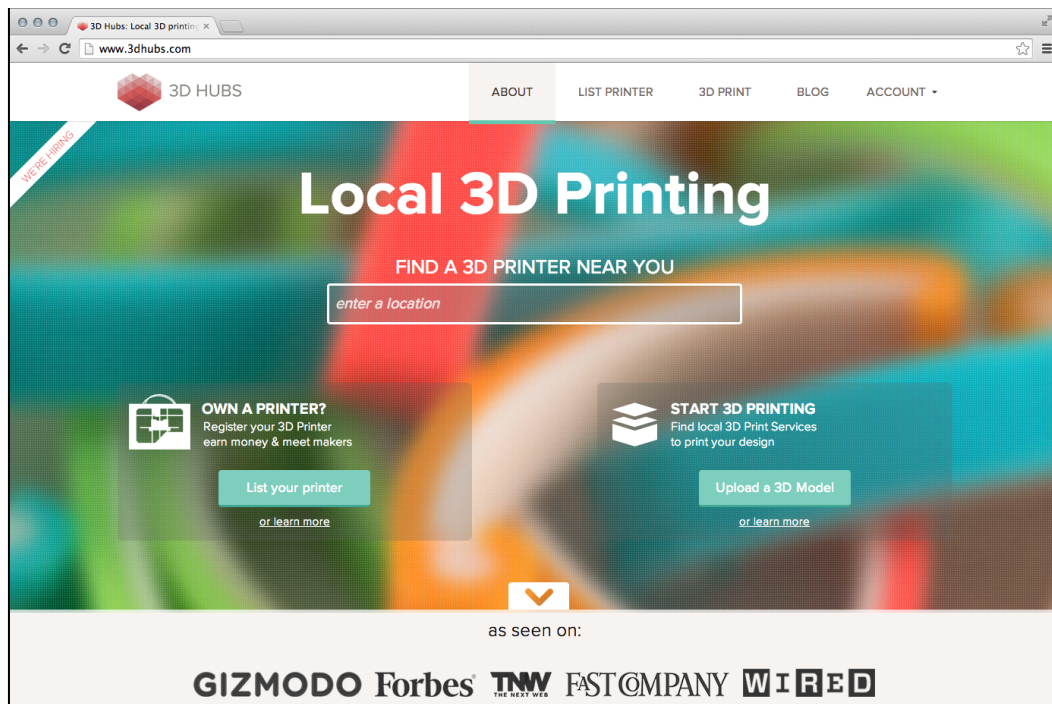
Il existe peu de recherches et analyse systémique sur l'impact réel de ces nouveaux schémas sur la société et l'économie.

Les projets qui collaborent réellement sont encore minoritaires. Peu se connaissent et beaucoup restent encore enfermés dans une approche compétitive. OuiShare est persuadé qu'en apprenant des uns des autres, ils peuvent se développer tout en accélérant le changement de paradigme et le partage responsable des biens communs.

Selon eux; l'économie collaborative a besoin de davantage de visibilité et d'éducation pour faciliter l'adoption de nouvelles pratiques par les usagers, encourager les pouvoirs politiques à soutenir des modèles soutenables et durables et réinventer les modèles de Business des entreprises.

OuiShare embrasse ces problématiques ; par la création de connaissance, d'événements, d'outils et de lien entre les acteurs, La communauté joue un rôle d'accélérateur de projets innovants.

## 4.2. Le nouveau visage de l'industrie mondiale : 3D Hubs



(La plate-forme 3D Hubs: <http://www.3dhubs.com/>)

L'avenir de la Production: Avez-vous déjà demandé d'où tous les trucs que vous achetez provient ? Votre T-shirt préféré pourrait être faite du coton cultivé en Afrique, fabriqués en Chine , puis expédiés aux États-Unis et par la suite à votre ville natale . En tant que consommateurs, nous avons pris l'habitude de se détacher de la chaîne d'approvisionnement. Nous ne rencontrons jamais les gens derrière la production des choses que nous connaissons et aimons, ce sont des liens sans visage dans un processus global complexe et obscur.

Maintenant, imaginez un monde qui fonctionne sur les produits locaux. Électricité provient de cellules solaires sur votre toit , de la nourriture est cultivée dans des fermes urbaines , et les produits de tous les jours sont faites sur une imprimante 3D appartenant à quelqu'un dans votre quartier . Utilisation de matériaux recyclés localement, cette imprimante produirait cas de téléphones Nokia , chaussures Nike et même vos accessoires préférés Ikea . Chaque modèle sera adapté à vos besoins et votre personnalité et produite au moment où vous le voulez. La nécessité pour l'expédition disparaîtrait. Vos produits seraient une courte promenade ou à vélo loin, à l'impression Hub convivial autour du coin.

L'impression 3D a le potentiel d'éliminer les déchets, la pollution de transport et de longs délais de livraison - reliques de la production centralisée .

À notre grande déception , les entreprises d'impression 3D les plus connus sont encore fournissent globalement d'une poignée d'endroits. Nous croyons en une approche différente .

Imprimantes 3D seront habilités une nouvelle race de décideurs et d'entrepreneurs , en particulier sous forme de gouttes sur les prix et d'améliorer la qualité . Fabrication pourrait alors

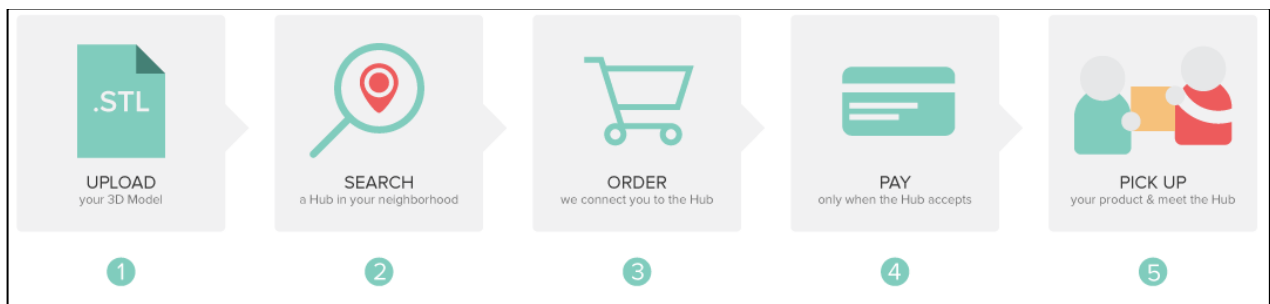
être réparti entre les communautés . Votre marque préférée de l'électronique pourrait vous envoyer des accessoires et pièces de rechange à travers un Hubber locale à un coût beaucoup plus faible . Jouets pour vos enfants, des vêtements de marque et les meubles de la maison à la mode pourraient être apportées à l'ordre à d'autres centres situés à quelques pas de là.

Avec l'impression 3D , les usines du futur pourraient devenir des micro- opérations gérées par la communauté . Produits pourraient être apportées à la demande de plus en plus à leur point de vente , avec des individus et des entreprises d'entraînement de même de leur conception et de l'innovation . Fabrication et la distribution des choses serait non seulement moins cher et meilleur pour l'environnement , mais c'est super pour les économies locales.

Tout ce que nous aurions besoin est une infrastructure de soutien qui nous permet de puiser dans ce réseau de production quand et où nous en avons besoin . Nous sommes sur une mission pour faire de cette infrastructure une réalité . Hubs 3D fournit une plate-forme collaborative de production pour les fabricants et les propriétaires de l'imprimante 3D .

Comment faire pour imprimer en 3D?

Le processus de 3D hubs suivre les étapes suivantes:



1. Téléchargez: Il commence toujours par un modèle 3D. Si vous avez votre fichier 3D, passez directement à Télécharger. Si vous n'avez pas un modèle, ou besoin d'inspiration, vous pouvez utiliser *Thingiverse*, qui disposent d'une collection impressionnante de dessins pour l'impression 3D.

2. Recherche: Trouvez le Hub qui est bon pour vous en entrant votre emplacement. Vous avez toute latitude pour sélectionner le moyeu par prix ou de matériel.

3. Ordre: Passez la commande en cliquant sur le bouton "Envoyer la demande au moyeu". Après la soumission, vous pouvez poser toutes les questions que vous pourriez avoir, et confirmer les délais de livraison. Le Hub auront alors 24 heures pour répondre. Vos coordonnées personnelles sera maintenu privé jusqu'à après votre commande a été confirmée et payée pour protéger votre vie privée.

4. Paiement: Une fois un Hub accepte votre commande, vous serez invité à payer pour la commande. Cependant, Hubs 3D tiendra à votre argent jusqu'à 4 jours après la commande a été imprimé, si vous avez une chance de s'assurer que les copies sont conformes aux normes. Vous pouvez payer par carte de crédit et Paypal et les services de paiement locales.

5. Ramasser: Après le Hub indique que la commande est prête, vous pouvez coordonner la prise en charge à la page de commande. Il est important que vous communiquiez avec l'autre et de coordonner la collecte de l'ordre. Actuellement 3D moyeux ne prend pas en charge l'expédition, mais nous prévoyons d'ajouter ce peu de temps.

Grâce à la plate-forme "D Hubs, n'importe qui avec une imprimante 3D peut apporter des marchandises personnalisées, produites localement à ceux qui les entourent. Ensemble, la communauté 3D Hubs efforce de bâtir des collectivités qui veulent partager le plaisir de faire 3D de produits imprimés, tout en allumant une nouvelle révolution industrielle dans le processus.

#### 4.3. Communication : The Fairphone



(Le Fairphone: <http://www.oneclickroot.com/wp-content/uploads/2014/01/fairphone-advantages.jpg>)

Fairphone est une entreprise sociale dans le but de développer un *smartphone* conçu et fabriqué avec un minimum de dommages aux personnes et de la planète. La société est basée à Amsterdam, Pays-Bas, et est soutenu par la Waag Society, une fondation qui vise à favoriser l'expérimentation de nouvelles technologies, de l'art et de la culture. La principale motivation pour fonder Fairphone était de développer un appareil mobile qui ne contient pas de minéraux de conflit (qui dans les *smartphones* sont généralement l'or, l'étain, le tantale et le tungstène) et avec des conditions de travail équitables pour le personnel le long de la chaîne d'approvisionnement.



Le projet s'est déroulé à vendre la totalité de 25.000 de son cycle de production initial le en Novembre 2013, par les pré-commandes, près d'un mois à l'avance de la date de sortie révisé (mi Décembre 2013). Un deuxième cycle de production est prévu pour 2014.



(The Fairphone Cost Breakdown : [www.fairphone.com](http://www.fairphone.com))

Fairphone a commencé en 2010 comme un projet visant à sensibiliser sur les minéraux de conflit dans l'électronique et les guerres que l'approvisionnement de ces minéraux alimente en RD Congo. La campagne et la recherche dans la chaîne d'approvisionnement complexe couru pendant 3 ans. En 2013, Fairphone a créé une entreprise sociale dans le but de concevoir, de créer et de produire le premier *smartphone* et de prendre les prochaines étapes cruciales dans la découverte de l'histoire derrière l'approvisionnement, la production, la distribution et le recyclage de l'électronique.

FairPhone embrasse la nature politique du processus de conception. Son approche holistique comprend la « conception du contexte » en remettant en cause l'industrie de l'électronique grand classique. Il veut rétablir l'équilibre de ce qui est approprié en respectant les droits humains et la promotion de normes acceptables pour les travailleurs qui incluent une attitude bienveillante envers notre planète et l'environnement local.

Le design de la marque utilisateurs de se reconnecter avec la nature , en faisant prendre conscience de l'impact que la demande en conséquence des ressources a sur les gens et la planète .En raison de la nature collaborative et en réseau du processus de design , les incertitudes sont légion . FairPhone admet qu'il ne peut pas contrôler le processus de conception et de tentatives d'utiliser le flux qui est généré à son meilleur avantage .

Partager être juste est une devise qui correspond bien FairPhone . Son effort est de remédier à des lacunes dans le système de partage des connaissances , des compétences et des informations provenant de l'extraction à la production à l'utilisation du téléphone mobile.

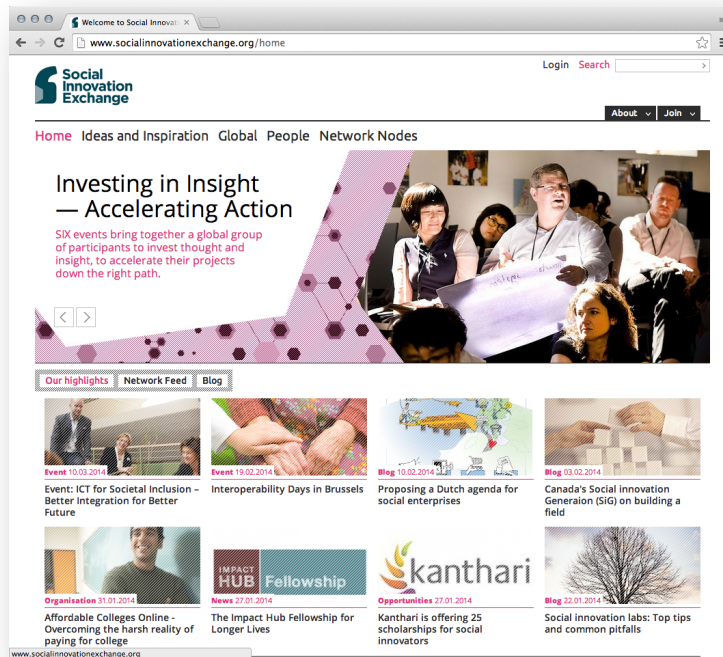
FairPhone ( re) connecte les utilisateurs avec le produit lui-même . Elle se distingue de la conception de téléphone mobile classique , juste un téléphone peut être ouvert par ses utilisateurs . Ainsi, ils peuvent vraiment «propre».

Tout le monde est invité à participer à des défis créatifs sur le site de FairPhone , de la conception de votre téléphone préféré à la promotion du produit final. FairPhone connecte - travailleurs mineurs , les ingénieurs , les concepteurs et les producteurs à des partenaires commerciaux et des consommateurs .

La sensibilité de FairPhone à l'échelle humaine est exprimée par la défense des droits des travailleurs des mines au Congo et au Pérou et travailleurs de la production en Chine .

L'objectif général de FairPhone : un vrai téléphone juste qui prend en compte sociale et les attributs de durabilité devraient être ( fait ) possible . En plus d'accepter l'aliénation et de la complexité qui entoure traditionnellement la production de téléphone mobile , le concepteur prend la responsabilité de changer le système .

#### 4.4. Gouvernance participative : SIX : Social Innovation Exchange



(SIX Website: <http://www.socialinnovationexchange.org/home>)

Au cours des sept dernières années, SIX a inspiré , relié et soutenu des milliers d'individus et d'organisations , dans tous les secteurs et industries , pour construire le domaine de l'innovation sociale à l'échelle mondiale . `SIX réunit des gens de diverses perspectives pour échanger et partager des moyens d'accélérer l'innovation sociale.

SIX travaille avec les villes, les entreprises , les ONG , les gouvernements nationaux et les organismes internationaux tels que la Commission européenne visant à améliorer les méthodes avec lesquelles nos sociétés trouvent de meilleures solutions aux défis tels que le changement climatique , les inégalités et la santé. Favorisant les connexions actives authentiques entre les gens qui construisent des solutions innovantes, de la base au niveau de l'élaboration des politiques par le biais de nos événements qui sont soigneusement organisée , que ce soit un court ateliers mondiaux en utilisant la technologie de tele-presence , ou une expérience de 3 jours dans une ville d'un de nos organisations membres .

SIX encourage et facilite l'apprentissage dans tous les secteurs, domaines et pays et son site est connu comme une grande ressource de la pensée et des études de cas d'innovation sociale à travers le monde .

En connectant les innovateurs , et le développement , le commissariat et la diffusion des idées et des exemples pratiques de l'innovation sociale , SIX permet sa communauté mondiale d'apprendre les uns des autres , le renforcement des capacités de nos membres à devenir de meilleurs innovateurs .

SIX valorise:

- Impact social de valeur (plutôt que des idées )
- Célébrer solutions (plus de héros )
- S'engager honnêtement (plus que juste informer )
- Inspirer par l'action (pas seulement des mots )
- Connecter en tant que pairs (et non dans une hiérarchie)
- Commis à l'ouverture (et accueillir l'inattendu )

Le domaine de l'innovation sociale est riche en idées prometteuses, les personnes et les projets de nouvelles approches de lutte contre le chômage des jeunes à de nouveaux modes de financement de l'investissement préventif. Mais l'ensemble est inférieur à la somme de ses parties. Le champ n'a pas une base commune de concepts, de recherche, de riches et de cas d'analyse des études et des théories solides de changement . Ses institutions sont encore faibles , et il continue à se battre pour offrir des réponses convaincantes à la question de plus en plus demandée par les grandes institutions - «comment pouvons-nous accélérer l'innovation et l'impact par rapport à la maladie chronique , la pauvreté des enfants , la réduction de carbone ... »

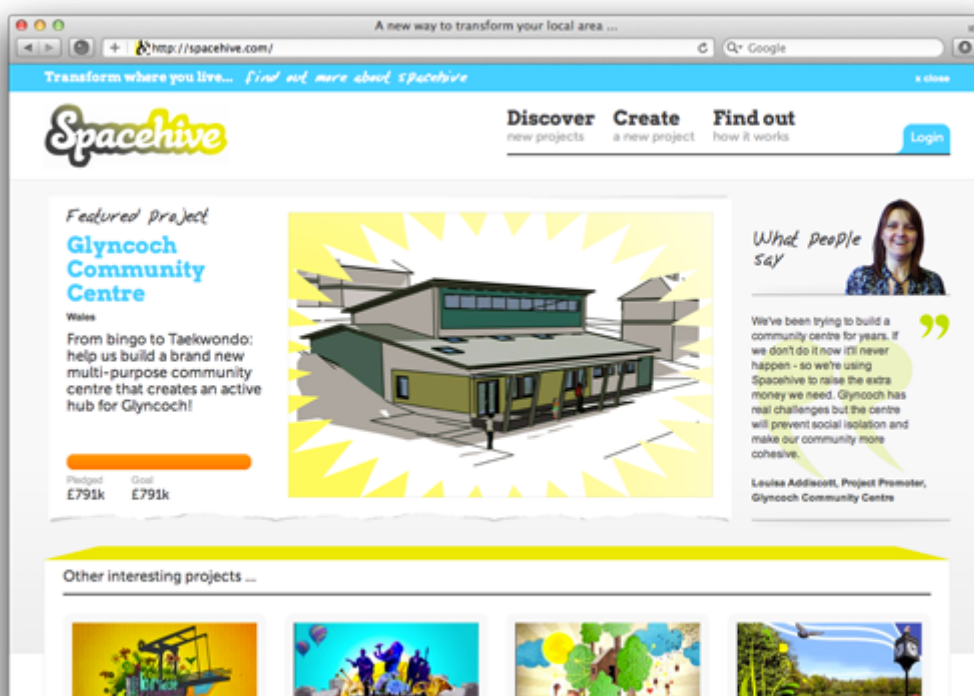
Social Innovation Exchange ( SIX ) à travers son vaste réseau , de plus en plus de banques de ressources d'information , et d'influencer les politiques de travail , vise à répondre à ces besoins - de se connecter , de soutenir et inspirer les gens à devenir de meilleurs innovateurs

Partout dans le monde il ya de grandes idées et projets offrant des solutions possibles aux défis sociaux urgents . La récente récession mondiale a créé un terrain fertile pour l'action populaire et l'expérimentation créative . L'innovation sociale est prêt à décoller - avec de nouveaux centres , les fonds d'investissement et les unités au sein des gouvernements de la Maison-Blanche à Whitehall , et Bruxelles à Beijing, ainsi que des équipes dans les grandes entreprises . Grâce à SIX , ces projets , les institutions et les mouvements peuvent se connecter pour partager des ressources et des idées . Grâce à SIX , le domaine de l'innovation sociale peut coordonner ses actions et ses objectifs pousser vers l'avant .

Le domaine de l'innovation sociale est de plus en plus et a commencé à obtenir une position plus centrale dans les milieux politiques à travers le monde . En mai 2009, l'administration du président Obama aux Etats-Unis a lancé officiellement son bureau de l'innovation sociale et la participation civique . Le bureau a été mis en place pour identifier et partenaire avec des organisations ou des entreprises qui ont une expérience éprouvée de la création de solutions innovantes aux besoins sociaux .

L'innovation sociale a également opté pour le courant politique de la Commission européenne avec le président Barroso pousse à promouvoir l'innovation sociale en Europe . En Août 2010, la Commission européenne , en collaboration avec SIX et le Réseau Euclide , a lancé l'initiative C'est européen de l'innovation sociale afin d'identifier les excellentes initiatives d'innovation sociale en Europe . Le Bureau des conseillers de politique européenne (BEPA ) a également commandé la Young Foundation et SIX à écrire une étude sur l'innovation sociale , un aperçu de l'innovation sociale en Europe . De ce travail , l'initiative Social Innovation Europe a augmenté .

#### 4.5. Urbanisme : SpaceHive



(Website Spacehive: <http://spacehive.com/>)

Spacehive a été lancé au Royaume-Uni en Décembre 2011 comme une plate-forme de *crowd-funding* axé sur les « projets d'amélioration de quartier ». Spacehive dit de fournir « un moyen rapide et démocratique » pour financer un projet .

Après ses trois premiers mois , un premier succès peut être signalé . La petite ville ancien mineur Glyncoch en Galles du Sud a passé près de sept ans pour élever les £ 800,000 pour un nouveau centre communautaire , et ils étaient toujours en court jusqu'à £ 35,000 avec seulement dix semaines qui restent avant la date limite . C'était un appel à proximité de l'initiative Glyncoch . Il ya seulement deux mois, ils se sont tournés vers Spacehive . Juste à un pincement de temps ils ont soulevé la dernière somme qui a été nécessaire pour réaliser le projet .



Mais par «projets d'amélioration de quartier » Spacehive pas vise uniquement à des grands boulevards , des théâtres et des centres communautaires , mais aussi les petites initiatives . Pensez à un banc de parc , un poteau de but et ainsi de suite . Spacehive veut être socialement plus constructif avec une plate-forme où les gens peuvent se connecter , de partager et donner . L'affichage d'un concept peut aider à vous connecter à d'autres qui peuvent soutenir . C'est gratuit pour télécharger des projets et de faire un don - les frais d'administration ont seulement à payer quand un projet est financé avec succès . Interrogé sur les avantages pour les fonds de tiers , fondateur Chris Gourlay déclare dans une interview à Radio 5 Live de la BBC : "*L'espace public est une énorme arène qui a une énorme influence sur notre qualité de vie et le bien- être économique si vous êtes un commerçant local sur une rue haute . La différence entre une rue haute , qui est un lieu ordures , où les gens ne veulent pas de visiter et quelque part c'est un bon endroit pour être - où les gens veulent dépenser de l'argent - peut avoir un impact énorme sur votre entreprise . Et oui, c'est un service qui permet aux gens d'investir dans les terrains de jeux urbains et des rues "* .

#### 4.6. Agriculture : Agrocité (r-Urban)



(Projet Agrocité: <http://r-urban.net/blog/projects/agrocite/>)

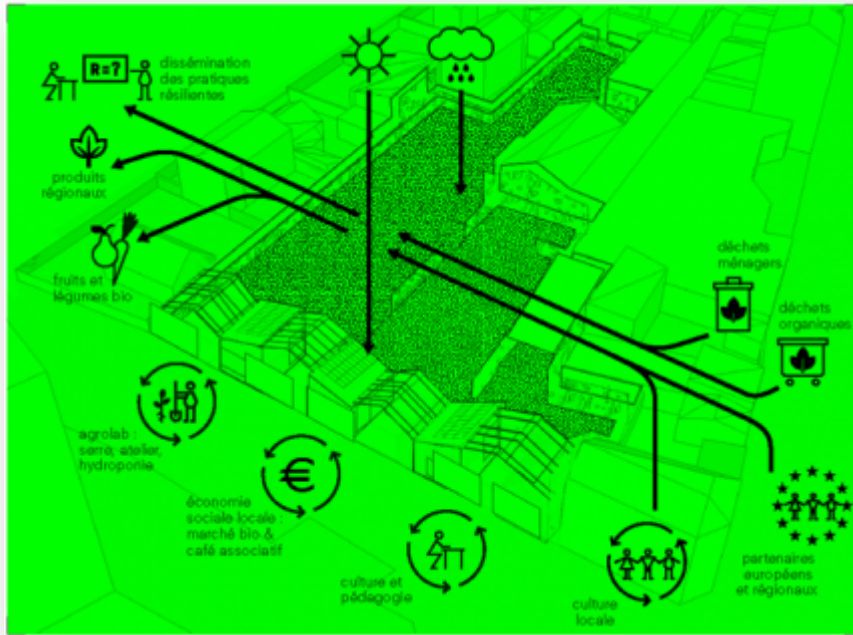
Agrocité est un programme d'agriculture urbaine dans la banlieue de Colombes, qui est une ville de 84.000 habitants défavorisés près de la ville de Paris. Le programme pilote qui a commencé au début de 2012 est conçu pour initier la dynamique de l'agriculture urbaine à la vie de la communauté. Cela reconnecter voisins les uns des autres et de leur milieu de vie, leur donner les moyens, et aider à revitaliser un contexte urbain négligé. Le projet comprend une micro-ferme expérimentale, les jardins communautaires, les espaces éducatifs et culturels, et des dispositifs de production d'énergie, le compostage et le recyclage des eaux de pluie.

Agrocité fait partie d'un effort plus large , appelé R - urbaine , qui encourage les réseaux de résistance urbaine dans les villes européennes . R - urbaine est un concept par l'Atelier d'Architecture Autogérée . Il prévoit le développement de bas en haut de la résilience urbaine , la culture de la capacité des systèmes urbains à s'adapter et à prospérer dans l'évolution des circonstances . Elle prévoit la création d'un réseau de cycles écologiques fermés localement qui pointent une série d'activités urbaines ensemble. " Pour surmonter la crise actuelle , nous devons essayer , pour produire ce que nous consommons et consommer ce que nous produisons », explique Atelier d'Architecture Autogérée . Dans le projet de R urbaine, cette chaîne de production et de consommation est interprétée bien au-delà des aspects matériels de la , et inclut les dimensions culturelles , cognitives , affectives et de la production et de la consommation tout aussi bien.

Petites interventions novatrices sont conçus pour s'attaquer à de grands thèmes sociaux et écologiques . Nouvelles pratiques fondées sur la solidarité collective entrent en étant en co-workshop des voisins et des professionnels . Ces nouvelles pratiques comprennent des approches écologiques, tels que réduire , réutiliser et recycler , ou d'itérations que la réparation , re-conception , repenser et re - assembler . Mais il ne s'arrête pas là . Les questions environnementales ( réduction de CO2 , recyclage des déchets , la réduction de l'empreinte écologique ) et les questions sociales , économiques et culturelles ( requalification , la création d'emplois , diverses économies) sont abordés , aussi.

À l'heure actuelle , R - Urban teste comment les processus démocratiques et bottom-up de travail de régénération élastique dans un contexte de banlieue ainsi que les futures stratégies de changement peuvent être adaptés pour cela. " Pas de changement radical qui va se passer dans la société actuelle sans la participation du plus grand nombre », affirme Atelier d'Architecture Autogérée . C'est pourquoi le concept de R - Urban est explicitement conçu dans le but d'appropriation par d'autres. Un nombre croissant de pays voisins dans la région Colombes applique déjà le concept d'affecter un changement réel dans leur milieu de vie.

R - Urban explore les possibilités de renforcer la capacité de résilience urbaine par un réseau d'installations de résidents terme . Ici, les complémentarités entre les différents domaines d'activité sont en cours de création , qu'ils soient économiques , agricoles, sociales ou culturelles . Les ateliers sont offerts que enseigner aux participants comment travailler avec des matériaux d'actions , tels que bois de récupération , qu'ils se rassemblent dans les zones environnantes tout au long de l'année . Ce type de production locale de collaboration favorise l'émergence de modèles alternatifs de vivre , de produire, de consommer et entre l'urbain et le rural .



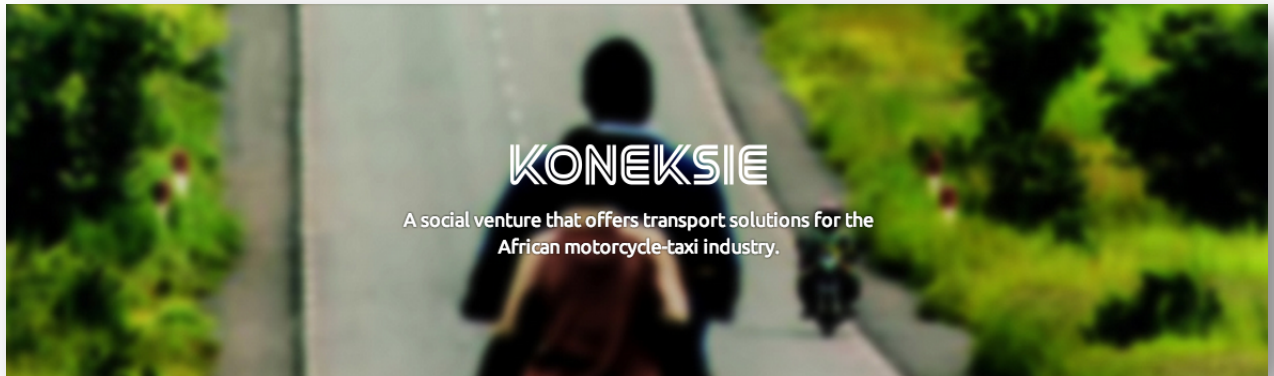
(Projet Agrocité - R Urban: <http://r-urban.net/wp-content/uploads/2012/01/Agrocite2-430x317.png>)

Des exemples de production et de consommation alternatifs sont multiples . À Colombes , légumes excédentaires sont recyclés en compost pour les terres agricoles ou de chauffage . L'eau de pluie est recueillie pour " aquaponique " - qui est un système de production alimentaire durable qui combine l'aquaculture traditionnelle avec la culture hydroponique dans un environnement à symbiotique service de l'économie alimentaire locale . Un exemple de collaboration régionale est la coopération de R urbaine avec l'Association Clinamen . L'association vise à accroître la dynamique du territoire urbain par la promotion de pratiques agricoles qui proviennent de la campagne . Mené par leur berger , Olivier Marcouyoux , l'association vise à fournir un lieu pour les animaux dans les zones urbaines pour permettre aux citoyens de rester en contact avec la culture de leurs ancêtres .

Agrocité lui-même fonctionne comme un réseau , aussi. La part du réseau terres cultivables qui comprend une ferme expérimentale agricole urbaine , un jardin partagé pour les résidents du quartier , un jardin pédagogique , et une serre commune pour les plantes et semis . Les bâtiments comprennent des prototypes pour l'agriculture intensive organique . Il ya une bibliothèque de semences , un marché aux légumes avec des produits locaux agricoles , un café , un collectif de cuisson et un four à pain collectif . La coopérative fiduciaire foncière R - urbain se compose de membres fondateurs qui gèrent la terre . De cette façon , ils essaient de trouver une réponse collective au problème de l'accès financier aux terres alors que dans le même temps de réinventer les pratiques collectives et les usages de la ville , en plus d'être respectueux de l'environnement et faire preuve de solidarité sociale .



#### 4.7. Transport : Koneksie



(Koneksie: <http://koneksie.com/>)

Koneksie est une entreprise sociale qui développe des solutions de transport pour l'industrie du moto-taxi en Afrique . La société est basée à Amsterdam, Pays-Bas et compte avec un siège au Kenya et en un bureau de représentation en Chine .

L'industrie du transport de la moto africain est l'un des marchés de moto la plus rapide croissance dans le monde. Pour illustrer, l'industrie du taxi moto Kenyane a augmenté en moyenne de 41 % au cours des trois dernières années et transporte actuellement en moyenne 5,4 millions de personnes par jour .

Koneksie puise dans ce marché de croissance avec la première moto conçue pour le transport pour l'Afrique.

Les activités de Koneksie comprennent:

- Le développement et production de motos au Kenya ;
- Marketing et vente au détail de motocyclettes ;
- Financement de la consommation par le micro-crédit
- Services de formation à la sécurité routière.
- Partenariats en Chine.

Koneksie a été fondée par M. Huib van de Grijspaarde, un expert en économie du développement et moto avec une passion pour les affaires et créer un impact social. La philosophie de l'entreprise est venue du besoin accru de mobilité motorisée en toute sécurité sur le continent africain. Les grandes distances en Afrique et l'absence d'une infrastructure bien développée nécessite une solution de transport motorisé intelligent, social et abordable. M. Van de Grijspaarde a fait équipe avec la firme de design industriel VEEEL néerlandais ( [www.veeel.com](http://www.veeel.com) ) est en train de développer la première moto jamais conçu pour le transport en Afrique.

Koneksie cible le marché kenyan avec une part de marché initiale de nouvelles motos de 10 %, ce qui se traduit par la production de 10,000 à 12,000 sur une base annuelle. La vision à long terme de la société est de faire croître une entreprise de l'Est africain et la mobilité panafricaine qui offre des solutions de transport motorisé intelligent et social. La production et l'assemblage de la moto auront lieu au Kenya dans une mesure aussi grande que possible.

En coopération avec des partenaires internationaux et classiques de financement, KONEKSIE offre une variété de produits de financement à la consommation qui répond aux besoins du marché local. Les produits incluent des produits de financement d'actifs et de prêts de micro-financement.



(Moto-taxis en Afrique: <http://www.monitor.co.ug/image/view/-/1703396/highRes/467448>)

La contribution active à la sécurité routière est un élément important de la stratégie Koneksie. Malheureusement, l'industrie du transport de la moto est responsable de la grande majorité des accidents de la circulation au Kenya et le reste de l'Afrique. En coopération avec des instituts de formation locaux, Koneksie offre de la formation à la sécurité routière pour motard . Par exemple , les blessures liées moto - au Kenya ont plus que doublé , passant de 1,23 pour 100.000 en 2004 à 3,63 pour 100.000 habitants en 2009 , soit un taux d'accroissement annuel d'environ 29% ( Organisation mondiale de la santé ) .

La mission fondamentale de Koneksie est d'améliorer la mobilité dans les zones en développement en fournissant des produits qui visent spécifiquement à ces marchés principalement supervisé des mais prometteurs. La première étape dans la réalisation de leur mission est de développer une nouvelle moto, un maillon essentiel de la demande de mobilité au jour le jour.

Koneksie fait beaucoup plus que seulement la conception de l'ensemble de leur moto. Koneksie traduit les besoins des utilisateurs locaux dans un produit novateur pour un marché difficile. En utilisant une approche co-créative 100% vers la conception de la moto et Koneksie a construit une équipe internationale d'infographistes qui travaillent avec nous sur la réalisation de ses objectifs. En combinant les besoins des utilisateurs, les besoins en produits et occasions d'affaires, Koneksie s'assure que ils développent un produit qui va améliorer la vie de beaucoup.

#### 4.8. Alimentation : La Ruche Qui Dit Oui



(La Ruche Qui Dit Oui: <http://www.laruchequiditoui.fr/>)

Envie de fruits, légumes, fromages et autres produits fermiers de petits producteurs de votre région? La Ruche qui dit Oui ! vous permet d'acheter des produits locaux directement auprès des producteurs.

Avec une nouvelle forme de circuit court, la Ruche qui dit Oui ! est un site communautaire qui mêle agriculture de proximité, internet et réseaux sociaux. Grâce à une plateforme web, les consommateurs se rassemblent pour acheter directement aux agriculteurs de leur région. Avec l'objectif de fournir des produits frais, fermiers et locaux tout en garantissant une rémunération juste aux producteurs.

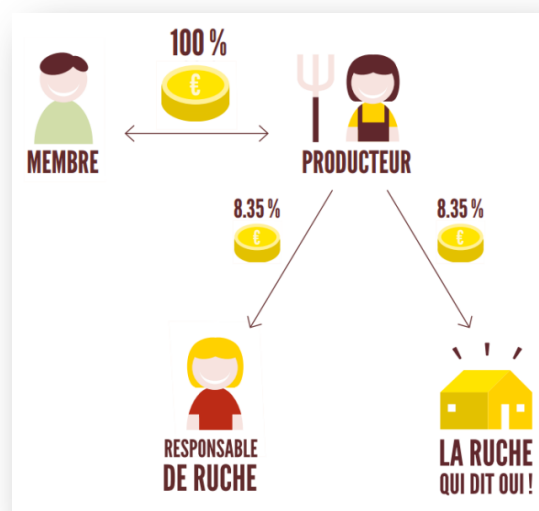
La Ruche qui dit Oui ! est une plateforme internet mettant en relation des consommateurs à la recherche de produits locaux et pas cher et des producteurs cherchant à distribuer leur production en privilégiant les circuits courts. C'est un site qui favorise les échanges directs entre producteurs locaux et consommateurs lors de marchés éphémères partout en France.

Lancée en 2011, La Ruche qui dit Oui ! prône une consommation citoyenne et défend les circuits courts sans tomber dans l'idéologie et dans la morale : distribuer et produire de façon écologique oui mais pas au détriment du goût et du plaisir ! L'organisation compte aujourd'hui plus de 200 ruches ouvertes partout en France et autant sont en construction, 25 000 consommateurs et 1200 producteurs !

N'importe qui peut ouvrir une ruche n'importe où en France : un particulier peut ouvrir son garage, une école peut transformer son préau en marché pour quelques heures, un café peut accueillir les produits le temps d'une matinée. Le responsable se charge de contacter des producteurs locaux (dans un rayon de 250km maximum) et de les convaincre de participer à l'aventure. Viande, légumes, lait, fruits, pain, vin, miel etc. tous les producteurs sont les bienvenus et tous les consommateurs également. Le recrutement d'une petite communauté d'amis, voisins, collègues, curieux est indispensable pour commencer la distribution.

C'est là que le processus s'enclenche : les producteurs font une offre pour leurs produits (par exemple, le kilo de pomme à 1,40€ si la ruche parvient à écouler 100kg de pommes). Ils ont carte blanche pour fixer leurs prix et les conditions de livraison. Le responsable de la ruche ouvre alors les commandes sur le site, les membres de la ruche ont six jours pour passer commande en ligne tout simplement en cliquant sur les produits qu'ils désirent et en demandant la quantité dont ils ont besoin. C'est là la grande différence avec les AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne): c'est vous qui fixez le contenu de votre panier et c'est vous qui décidez de la quantité que vous souhaitez commander. Si les commandes des consommateurs remplissent les exigences du producteur (les 100kg de pommes ont été précommandées) la ruche dit « oui » et le producteur la livre.

Le jour de la livraison, les consommateurs récupèrent le panier qu'ils ont commandé et ont la possibilité d'échanger avec le responsable de la ruche, les autres abeilles et les producteurs !



(Schema de remuneration La Ruche Que Dit Oui: <http://blog.sejourning.com>)

Dans un souci de commerce équitable et de suppression d'intermédiaires, dans une ruche, le producteur vend ses produits directement aux consommateurs. Ce n'est qu'une fois la vente effectuée qu'il est facturé une prestation de services d'un pourcentage total de 16,7% : 8,35% de ses recettes vont au responsable de la ruche et 8,35% vont au site et permettent de rémunérer les 20 personnes travaillant à la « ruche mamma » et œuvrant au développement de la communauté.

La Ruche qui dit Oui ! est donc la solution idéale pour tous les « locavores », les défenseurs des circuits courts, les « foodies » à la recherche de produits de qualité et les amateurs de rencontres et de bons plans !

*(Extrait de <http://blog.sejourning.com/2013/08/21/la-ruche-qui-dit-oui-manger-mieux-manger-juste/>)*

#### 4.10. Santé : Visionspring



*(VisionSpring: <http://www.skollfoundation.org/visionspring-featured-on-abc-news-and-cnn/>)*

VisionSpring sert des dizaines de milliers de clients pauvres à travers le monde en développement avec des lunettes abordables. Collaboration avec des partenaires, y compris certaines des plus grandes ONG du monde et les organisations les plus innovantes Base-de-la-pyramide, VisionSpring fournit des emplois durables et l'accès aux soins de la vue, dans la plupart des collectivités éloignées plus pauvres du monde.

Un gagnant de plusieurs années de prix capitaliste social de Fast Company, VisionSpring a été reconnue pour son fort impact, à la pointe des travaux par The Economist, l'International Herald Tribune, Affaires étrangères, et NBC Nightly Nouvelles avec Brian Williams. Le président Bill Clinton a fait remarquer que le travail de VisionSpring "aidera des centaines de milliers de personnes et dans le processus de création d'un tout nouveau secteur de l'économie.



VisionSpring a été lancé en Inde en 2005. Environ 92,4 millions de personnes en Inde souffrent de presbytie, les obligeant à être moins productifs dans leur travail. VisionSpring, avec son modèle d'affaires, de fournir des opportunités d'emploi en Inde par formation Vision entrepreneurs (VES) pour donner des projections oculaires, de vendre des lunettes pour les différentes communautés et à diriger les clients qui ont besoin de lunettes de vue à un optométriste de VisionSpring. Une fois embauchés, un VE recevra un colis contenant du matériel de marketing et les détails nécessaires à la réalisation d'un examen de la vue. Pour chaque paire de lunettes vendues, les VE seront gagner entre 40 à 50 roupies. Ces VE sont responsables de tendre la main à la zone la plus profonde de l'Inde rurale, comme la plupart des professionnels des soins oculaires sont situés dans la zone urbaine et sont très coûteux. VisionSpring mène également environ 60.000 projections oculaires dans l'Andhra Pradesh seul chaque année.



(Modèle Visionspring: <http://www.warbyparker.com/visionspring>)

VisionSpring s'engage à atteindre et servir ceux qui vivent moins de 4 \$ par jour. Considérant que 880 millions de personnes en Inde vit sous 2 US \$ par jour, VisionSpring pourrait ne pas avoir beaucoup contribué à aider une population. VisionSpring pourrait avoir à réévaluer le prix des verres qu'ils vendent surtout si elles ont l'intention d'atteindre à la plus grande population de l'Inde.

Avec plus de 610 000 paire de lunettes vendues, VisionSpring a généré plus de 230 millions de dollars en retombées économiques pour les personnes à faible revenu vivant dans les 4 \$ par jour.

#### 4.11. Energie : Rural Spark



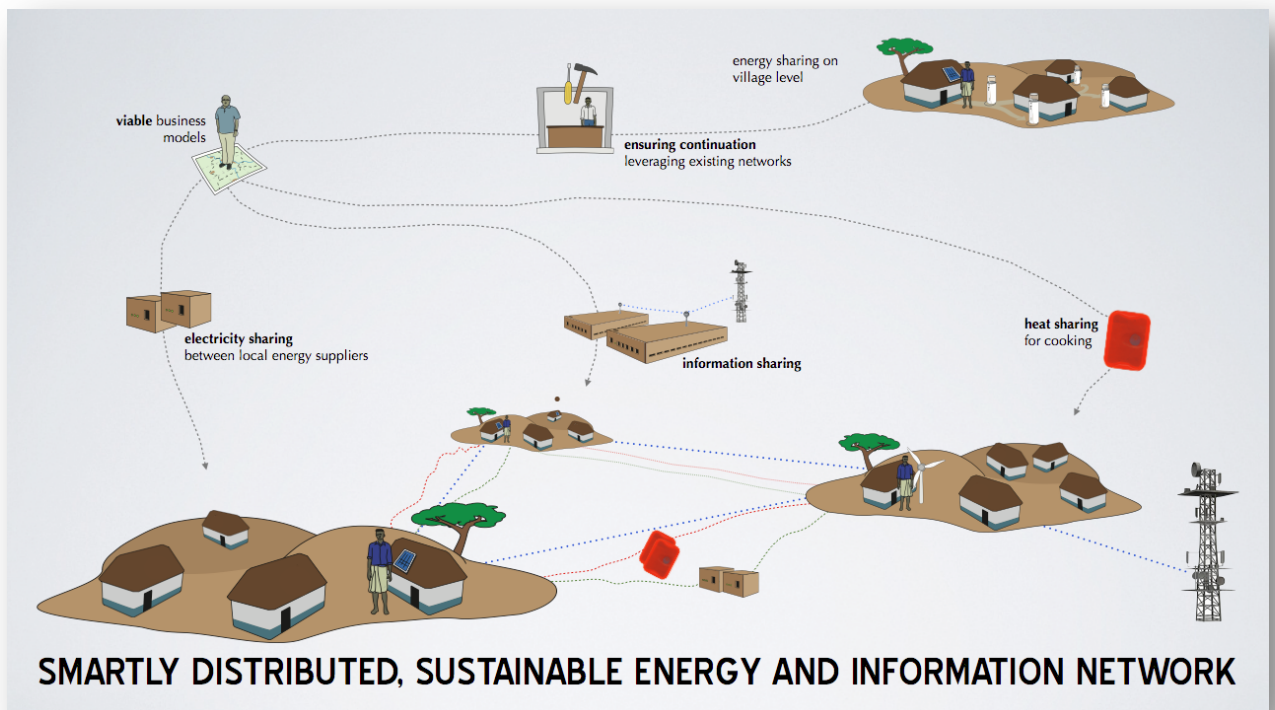
(Rural Spark: <http://ruralspark.com/>)

Avec une approche innovante de la notion de réseaux intelligents, Rural Spark a mis au point un système de réseaux d'énergie *bottom-up* pour les zones rurales sous-développées en Inde. Rural Spark propose un kit pour l'énergie renouvelable auto-génération. Grâce à un abonnement mensuel villageois indiens peuvent louer un kit d'énergie Rural Spark et deviennent fournisseurs locales de l'énergie qui peuvent générer, utiliser et vendre.

Alliant design et l'innovation sociale durable, Spark rural offre une occasion de l'entrepreneuriat pour les membres. Ceux font actuellement partie d'une réalité de plus de 400 millions de personnes seulement en Inde rurale sans accès à l'électricité. Smart-grid s'appuient sur plusieurs sources d'énergie à faire un usage plus contrôlée de l'énergie durable perturbateur en reliant l'offre et de la demande intelligemment.

Basé sur le concept de réseaux intelligents où l'individu a non seulement accès à l'énergie, mais peut produire, stocker, partager et vendre. Villageois de louer le matériel de devenir des fournisseurs d'énergie locaux et gagner de l'argent. Le souscripteur devient partie d'un réseau d'entrepreneurs qui forment un système d'approvisionnement énergétique à petite échelle.

L'abonné peut vendre son surplus d'énergie ou acheter dans le réseau via un concentrateur qui se connecte à la grille. Lors de la distribution d'énergie, le fournisseur peut le faire via le câble de batteries chargées, appelé Share Cubes. Leur surplus de consommation est cotée sur le réseau en augmentant la fiabilité, l'efficacité et des revenus supplémentaires. La propriété distribuée rend le réseau fiable améliorer le sens de la communauté et de la responsabilité collective. Fermer relation avec plusieurs partenaires locaux ont été mis en place pour soutenir le développement du réseau. Veiller à ce que les valeurs et la culture des pays soient respectées.



(le modèle Rural Spark)

Le concept a fait ses preuves avérée fructueuse avec quatre projets pilotes en cours d'exécution depuis février 2012. Avec l'objectif d'être le premier et le plus grand réseau intelligent mis en œuvre dans le monde, l'objectif principal de Sparks rurales est de fournir plus de 2 millions de foyers en énergie sûre, propre et durable avant 2020.



## Conclusion

En somme, design et société sont intimement liées comme un miroir et son reflet, le design évolue avec la société et les idées nouvelles dans le domaine du design dessinent peu à peu un nouveau paysage de notre société. C'est pourquoi ces changements dépassent la discipline du design car l'idée que les valeurs humaines soient une base pour le design influence fortement le domaine social.

Questionnant les thèmes du design, du futur et de la société dans une approche transversale, nous nous sommes posé la question suivante: Comment le design peut-il contribuer à l'innovation sociale dans le futur? Autrement dit que peut faire le design pour l'économie, l'industrie et la culture à l'avenir?

En faisant le constat des transformations opérées dans la société, nous avons décrit l'échec du système moderniste et la transition vers d'autres modèles. L'approche historique nous éclaire sur les rapports qui lient design et société. Les conséquences de l'industrie des objets fabriqués en série et comment il est venu à un impact sur notre économie actuelle. Notre économie atteint une limite, dont le sommet est représenté par la crise sans fin que reprennent la plupart des pays occidentaux. M'appuyant sur le philosophe et écrivain Michel Serres « *Ce n'est pas une crise, c'est un changement de monde* ».

L'insatisfaction de la situation actuelle et la croissance de la communication dans l'ère du Web ont suscité plusieurs petites révolutions et par conséquent des innovations à travers le monde. Ces idées sont liées à des révolutions politiques et à la ré-infrastructure complète de notre système économique, telle que décrite par Jeremy Rifkin dans son livre *La Troisième Révolution Industrielle* (2012).

Par conséquent, ce nouveau modèle d'organisation de l'industrie prend part à la puissance d'internet par les mains des *Makers*. Chris Anderson décrit comment la nouvelle méthode de production de l'impression 3D va révolutionner la façon dont nous produisons et de consommons dans son ouvrage *Makers – The New Industrial Revolution* (2013).

Ainsi, de nos jours les consommateurs de la génération Web utilisent Internet pour partager leurs créations et aussi d'utiliser des codes open source pour développer de nouveaux produits et services. Chris Leadbeater montre dans son livre *We Think* (2008) comment nous pouvons bénéficier de la co-création, partager nos idées reliant nos pensées pour un bénéfice mutuel. Le concept de partage devient plus fort, particulièrement en France. Les exemples sont plusieurs comme décrit par Anne Sophie Novel dans son livre *La Vie Share* (2013), un mode d'emploi pour la consommation, partage et modes de vie collaboratifs.

Pour faire référence à tous ces nouveaux courants dans la société contemporaine, Michiel Schwartz et Joost Effers ont écrit un manifeste en 2010 qui donne un nom à l'ensemble de ces mouvements: *Le Sustainism*. Basé sur quatre valeurs fondamentales : la connectivité, le partage, la proportionnalité et le localisme; le Sustainism est une rupture de les valeurs modernistes. Il voit de

design pour l'innovation sociale comme base de noyau d'apporter des changements à notre société. Le mouvement Sustainiste place la valeur humaine comme étant un élément central. Il utilise le design comme un outil majeur pour le développement pour l'innovation sociale.

Puis nous avons analysé la méthode Human centered design et user centered design, dans cette ligne de pensée, Ezio Manzini défend la position d'un design connecté, local, ouvert et dimensionné basé sur les valeurs humaines. Cela nous a amené à démontrer que cette approche donne lieu à des nouveaux comportements: droit à l'usage, consommation collaborative. Ces recherches convergent vers une vision plus globale où l'on peut voir comment la stratégie du design, appliquée à plusieurs domaines (design thinking), donne lieu à de nouvelles architectures organisationnelles, dont l'entrepreneuriat social. Cela est en train de dessiner le business social de demain comme l'exemple de Yunus, prix Nobel de la paix nous le montre avec le Grameen bank.

Par conséquent cette stratégie du design peut être appliquée à différents domaines tels que la communication, l'urbanisme, l'agriculture, le transport, l'alimentation, la santé, l'énergie comme on peut le voir dans des projets actuels.

Une fois ce panorama de la discipline établi, cela nous a amené à repenser le rôle du designer dans la société, le mettant en scène comme étant l'acteur central du changement.

Cela ouvre un champ vaste de questionnements esthétiques, juridiques... Quel est le statut du designer en tant que créateur à la source d'une idée unique à l'heure d'une approche collaborative? Son statut d'artiste démiurge? Demain tous designer?

## Sitographie

[http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Third\\_Industrial\\_Revolution:\\_How\\_Lateral\\_Power\\_is\\_Transforming\\_Energy,\\_the\\_Economy,\\_and\\_the\\_World](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Third_Industrial_Revolution:_How_Lateral_Power_is_Transforming_Energy,_the_Economy,_and_the_World)

<http://www.economist.com/node/21553017>

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTABOUTUS/EXTANNREP/EXTANNREP2013/0,,menuPK:9304895~pagePK:64168427~piPK:64168435~theSitePK:9304888,00.html>

[http://www.who.int/gho/urban\\_health/situation\\_trends/urban\\_population\\_growth\\_text/en/](http://www.who.int/gho/urban_health/situation_trends/urban_population_growth_text/en/)

<http://www.thebeach.nu/2520/en/what-do-we-mean-by-sustainist-design>

<http://www.emarketer.com/Article/Ecommerce-Sales-Topped-1-Trillion-First-Time-2012/1009649>

<http://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/>

<http://www-2.rotman.utoronto.ca/rogermartin/the%20art%20of%20integrative%20thinking.pdf>

[http://www.bbc.co.uk/homes/design/period\\_modernism.shtml](http://www.bbc.co.uk/homes/design/period_modernism.shtml)

[http://www.huffingtonpost.com/jeremy-rifkin/the-third-industrial-revolution-\\_b\\_964049.html](http://www.huffingtonpost.com/jeremy-rifkin/the-third-industrial-revolution-_b_964049.html)

<http://www.shareable.net/blog/design-for-social-innovation-an-interview-with-ezio-manzini>

<http://www.duperrin.com/>

<http://billaut.typepad.com/>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Bauhaus>

[http://www.openculture.com/2013/06/bauhaus\\_modernism\\_other\\_design\\_movements\\_explained\\_by\\_new\\_animated\\_video\\_series\\_.html](http://www.openculture.com/2013/06/bauhaus_modernism_other_design_movements_explained_by_new_animated_video_series_.html)

<http://www.mastersofmodernism.com/?page=Modernism>

<https://centres.smu.edu.sg/lien/files/2013/10/SocialSpace2011-The-New-Way-of-the-Future-Small-local-open-and-connected-Ezio-Manzini-.pdf>

<http://www.theatlantic.com/business/archive/2011/08/do-more-own-less-a-grand-theory-of-the-sharing-economy/244141/>

<http://www.wired.co.uk/magazine/archive/2012/09/european-startups/paris>

<https://thefoodassembly.com/en>

<http://www.lejdd.fr/Economie/Actualite/Serres-Ce-n-est-pas-une-crise-c-est-un-changement-de-monde-583645>

<http://unevieenplus.blogs.com/files/inventons-une-cyberd%C3%A9mocratie-pour-accompagner-la-civilisation-du-num%C3%A9rique.pdf>

<http://www.srds.co.uk/mdg/globalisation.htm>

<http://www.bis.gov.uk/assets/foresight/docs/identity/13-524-future-identities-changing-identities-summary.pdf>

<http://ascentlookout.atos.net/en-us/home/sep-trends/Socio-Cultural/information-owned-by-many.html>

<http://www.slideshare.net/ElodieDelneuf/le-nouveau-rapport-la-proprit-publicis-modem-dialog>

<http://magazine.ouishare.net/fr/2012/11/etude-obsoco-consommation-collaborative-emergente/>

<http://www.lobsoco.com/actualites/136-l-observatoire-des-consommations-emergentes-evolution-des-tendances-de-consommation.html>

[http://www.academia.edu/1906407/Design\\_Thinking\\_as\\_an\\_effective\\_Toolkit\\_for\\_Innovation](http://www.academia.edu/1906407/Design_Thinking_as_an_effective_Toolkit_for_Innovation)

<http://designmind.frogdesign.com/blog/qa-design-thinking-and-its-role-in-industry-and-education.html>

[https://www.ashoka.org/social\\_entrepreneur](https://www.ashoka.org/social_entrepreneur)

<http://www.muhammadyunus.org/index.php/professor-yunus/publications/creating-a-world-without-poverty>

<http://koneksie.com/en/about-us>

[www.fairphone.com](http://www.fairphone.com)

[www.3Dhubs.com](http://www.3Dhubs.com)

<http://www.sustainablecitiesnet.com/movements/crowdsourcing-cities/>

<http://en.wikipedia.org/wiki/VisionSpring>

[http://www.skollfoundation.org/?s=visionspring&show\\_news](http://www.skollfoundation.org/?s=visionspring&show_news)

## BIBLIOGRAPHIE / REFERENCES

-[The Third Industrial Revolution: How Lateral Power Is Transforming Energy, The Economy, and The World](#) de Jeremy Rifkin

-Makers: The New Industrial Revolution - [Chris Anderson](#)

-[Sustainism Is the New Modernism](#) de Michael Schwarz et Joost Elffers

-[Surfer la vie : Vers la société fluide](#) de Joël de Rosnay

-Sustainist Design Guide: How sharing, localism, connectedness and proportionality are creating a new agenda for social design [Anglais] [Broché]

[Michiel Schwartz](#) (Auteur), [Diana Krabbendam](#)

-[The Opposable Mind: Winning Through Integrative Thinking](#) de [Roger L. Martin](#)

-[Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation](#) de [Tim Brown](#)

-[Design-Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean](#) de [Roberto Verganti](#)

-[Human Centered Design Toolkit](#) de Ideo, Bill & Melinda Gates Foundation

-[Refonder l'entreprise](#) de [Blanche Segrestin](#) et [Armand Hatchuel](#)

We Think, Charles Leadbeater – Profile Books, 2008

The Mesh-Why the future of business is sharing, Lisa Gansky – 2010

*Philippe Agrain - Sharing : Culture and the Economy in the Internet Age, 2012)*