

Evolution pour Une_Entreprise_ou_une_Organisation 2015 à 2030 Suggestions générales d'évolution des activités

Ce document présente les points principaux de suggestions d'évolution de l'activité pour Une_Entreprise_ou_une_Organisation, de 2015 à un horizon de 2030.

Il a été réalisé pour une entreprise, en 2014-2015, et rédigé en mars 2015.
Étant de portée générale, et pouvant être intéressant, et utile, pour d'autres entreprises ou organisations, le document est mis à disposition, sous licence [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Le nom de l'entreprise a été remplacé par : « Une_Entreprise_ou_une_Organisation ».
Quelques passages ont été modifiés, pour enlever les éléments confidentiels.

Bonne lecture,

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.


06/03/2015

1/56

Table des matières

1. SITUATION EN 2015.....	4
1.1 Historique simple, de 2006 à 2015.....	4
1.2 Points forts de la société.....	4
1.3 Points faible de la société.....	4
1.4 Évolutions de l'activité.....	5
2. GRANDES LIGNES DE L'ENVIRONNEMENT ET DES TENDANCES.....	6
2.1 Inscrire l'activité de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation dans l'environnement général et les tendances d'évolutions.....	6
2.2 Retournement de proportion et de rôle, entre l'innovation et le conservatisme.....	7
2.2.1 Avant 2014, le conservatisme règne, l'innovation aiguillonne et « tire le jus ».....	7
2.2.2 Depuis 2014, l'innovation règne, le conservatisme se démarque et « tire le jus ».....	7
2.2.3 Conséquence de ce retournement : l'innovation ne paie plus.....	7
2.2.4 Durée de ce retournement ? transition courte, ou période longue ?.....	7
2.3 Dans un monde de dingues, les facteurs rassurants et stabilisants sont valorisés.....	8
2.3.1 Quelle que soit la proportion de conservatisme et d'innovation, ce qui va compter, c'est « qui a le pouvoir ».....	8
2.3.2 L'innovation perd sa « sur-côte », et éventuellement, « ne paie plus ! ».....	9
2.3.3 Ce qui paie, c'est la stabilité et les éléments rassurants.....	10
2.4 Une rupture dans les modèles de distribution et de vente des produits et des services.....	10
2.4.1 Augmentation du besoin et du volume de services pour chaque produit.....	10
2.4.2 Avant, le service était inclus dans la vente du produit, aujourd'hui ce n'est plus possible.....	12
2.4.3 Éclatement du modèle de vente des produits, du fait du service découplé de la vente du produit, et des nouveaux canaux de distribution vente.....	12
2.4.3.1 Deux causes majeurs à l'éclatement du modèle de vente des produits : l'augmentation du service nécessaire à chaque produit, et l'internet.....	12
2.4.3.2 Le lissage des coûts de service inclus, sur l'ensemble des ventes, ne fonctionne plus.....	12
2.4.3.3 La vente par internet, la nouvelle mise en concurrence, et la vente du produit au prix le plus bas.....	13
2.4.3.4 L'éclatement du modèle de vente des produits vient plus de l'augmentation du service pour chaque produit, que de la rupture apportée par l'internet.....	13
2.4.4 Le service vendu à part entière, et rupture du modèle de distribution et vente des produits.....	14
2.5 Une « descente » ou « incarnation » des domaines de l'information.....	15
2.5.1 Information, immatériel, virtuel, matériel, tangible et monde réel.....	15
2.5.1.1 L'information, et le domaine de l'informationnel.....	15
2.5.1.2 L'immatériel.....	15
2.5.1.3 Le virtuel.....	15
2.5.1.4 Le matériel.....	16
2.5.1.5 Le tangible.....	16
2.5.2 Confusion immatériel – virtuel.....	16
2.5.3 Opposition abusive entre virtuel et réel.....	16
2.5.4 Les technologies de l'information descendent vers le monde matériel.....	17
2.5.5 les TIM, Technologies de l'Information et du Matériel : quelques exemples.....	17
2.6 Nouvelle révolution alimentaire et agricole.....	19
2.6.1 La révolution précédente, issue des années 1935-1942.....	19
2.6.2 Une révolution alimentaire et agricole se met en place – 2018-2025.....	19
2.6.3 L'apport des technologies et de l'innovation dans cette révolution.....	19
2.6.4 Les tendances de bases, et sous-jacente, de la révolution alimentaire et agricole.....	20
2.6.5 Production d'énergie par l'agriculture.....	21
2.6.6 Quelques exemples illustratifs.....	21
2.7 Une transformation du rapport à l'énergie.....	21
2.7.1 Le monde est en train de sortir du « système pétrole ».....	23
2.7.1.1 La fin de l'ère pétrole.....	23
2.7.1.2 Une suprématie qui s'était bâtie sur une dépendance collective.....	23
2.7.1.3 L'union des États-Unis et de l'Arabie Saoudite se termine.....	23

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.7.1.4 La baisse du prix du pétrole : un indicateur flagrant du changement d'ère.....	23
2.7.2 La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE).....	24
2.7.2.1 La production locale, et de manière indépendante (autonomisation), d'énergie est un avantage majeur.....	24
2.7.2.2 La TIDE est beaucoup plus consistante que la transition énergétique.....	24
2.7.2.3 La TIDE se réalise dans un processus de type anarchique et non contrôlé.....	24
2.7.3 L'électricité... et une ribambelle de sources d'énergies diverses et variées.....	25
2.7.4 Autonomisation individuelle ou locale des sources d'énergies – réduction de la dépendance vis-à-vis des sources d'énergie collective.....	25
2.7.4.1 La production d'énergie (re)devient individuelle ou locale, et c'est en soi, une révolution.....	25
2.7.4.2 La TIDE passe par une autonomisation individuelle ou locale de sources d'énergies.....	26
2.7.4.3 Un nouveau concept : Le potager électrique.....	26
2.7.4.4 Le concept de PPE : les Petits Producteurs d'Électricité.....	27
2.7.5 Bio énergies et énergies produites par l'agriculture.....	28
2.7.5.1 On consomme plus d'électricité et de carburant que de pain, de viande et de tomates ?.....	28
2.7.5.2 La consommation à courte distance favorise la production agricole d'énergie.....	28
2.7.5.3 Production agricole d'énergie fondées sur le biologique.....	29
2.7.5.4 Production agricole d'énergie sans le biologique.....	29
2.7.6 La transformation du rapport à l'énergie est une des clés de la transformation des moyens d'emprise et de pouvoir sur les populations.....	29
2.7.6.1 Couper le cordon : la non-dépendance à la pompe à essence.....	30
2.7.6.2 Couper le cordon : la non-dépendance à la ligne de courant électrique centralisé.....	30
2.7.6.3 Décomposition des anciens moyens de pouvoir et d'emprise sur les populations.....	30
2.8 Un changement de moyens d'emprise et de pouvoir sur les populations.....	31
2.8.1 Donner du pouvoir aux population, et prendre le pouvoir sur les populations.....	31
2.8.2 Un changement dans les moyens et les supports, pour les domaines d'emprise et de pouvoir sur les populations.....	31
2.8.2.1 Nouveau cordon ombilical : le réseau de communication, téléphone, internet.....	31
2.8.2.2 Nouveau cordon ombilical : un réseau d'approvisionnement en électricité pour les voitures.....	32
2.8.2.3 Nouveau cordon ombilical : des réseaux de services, d'application et de données.....	32
2.8.2.4 Nouveau cordon ombilical : les moyens de paiement et les réseaux de circulation de l'argent.....	33
2.8.2.5 L'emprise et le pouvoir sur les population change de tuyau et de besoin collectif.....	34
2.9 Et voilà !... on a presque fait le tour de l'environnement et des tendances générales.....	35
2.9.1 Quelques autres tendances, non décrites dans ce document.....	35
2.9.1.1 Le fonctionnement de manière discret, besogneux, méticuleux, parcimonieux, sans faire de vague.....	35
2.9.1.2 Un saut dans de nouvelles formes de prospérité matérielles.....	35
2.9.1.3 La valeur travail, le service, le conservatisme qui se fait passer pour du libéralisme, la sociale démocratie, le socialisme libéral.....	36
2.9.1.4 L'individuel et le collectif sont en clash.....	36
2.9.1.5 La nouvelle puissance passe par le relationnel, l'harmonie, la justice, la transparence sociale.....	36
2.9.1.6 Des nouvelles formes d'emprises et de pouvoir s'affirment puissamment.....	36
2.9.2 L'importance des tendances et de l'environnement.....	36
2.10 En synthèse, les grandes lignes d'évolutions à venir.....	38
2.10.1 Le développement des technologies s'oriente vers plus d'incarnation, avec une descente dans la matérialité.....	38
2.10.2 Le modèle de prospérité évolue vers plus de flux, de circulation et moins d'accumulation.....	38
2.10.3 Une transformation irréversible des institutions qui secoue fortement le monde et passe par des « forme-d-anarchie-et-patchwork ».....	39

3. ÉVOLUTIONS ET ORIENTATIONS DE L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ

UNE ENTREPRISE OU UNE ORGANISATION..... 40

3.1 Les questions clés pour l'évolution de l'entreprise.....	40
3.1.1 Comment faire de la technologie ? et avec quelles technologies ?.....	40
3.1.2 Quelles orientations pour l'activité de conseil ?.....	40
3.1.3 Quelles marchés, quels segments de clients et quel positionnement marketing ?.....	41
3.1.4 Comment renforcer l'assise et la bonne marche de la société Une Entreprise ou une Organisation ?.....	41
3.2 Les grands axes privilégiés d'évolutions des activités de la société	
Une Entreprise ou une Organisation.....	42
3.2.1 Faire de la technologie, sans être l'innovateur, et en focalisant sur la stabilité.....	42
3.2.1.1 Ne plus être l'innovateur, mais accompagner l'usage pertinent des technologies.....	42
3.2.1.2 Utiliser les technologies, dans une orientation de stabilité.....	43
3.2.1.3 Un catalogue de technologies, et un focus sur l'adaptation et l'utilisation au mieux.....	43
3.2.1.4 Synthèse du positionnement, pour faire de la technologie.....	43

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.2.2 Les technologies au catalogue, pour la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.....	44
3.2.3 Activité de conseil et d'accompagnement « Navigation et météo ».....	45
3.2.3.1 Conseil « Navigation et météo » pour le management et le pilotage des organisations.....	45
3.2.3.2 Conseil « Navigation et météo » pour les personnes.....	46
3.2.3.3 Conseil « Navigation et météo » associé au conseil en technologie.....	46
3.3 Le positionnement marketing général des activités de Une_Entreprise_ou_une_Organisation... ..	47
3.3.1 Une offre de service de conseil et de réalisation, en tiers indépendant, intègre et de grande qualité.....	47
3.3.2 Le marché du conseil et du service sur des technologies, ou sur la « navigation et météo » d'une situation.....	47
3.3.2.1 Un marché volumineux, pour la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.....	47
3.3.2.2 Les segments de ce marchés, pour la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.....	48
3.3.2.3 Les avantages de ces segments de marchés.....	48
3.3.2.4 Le marché du conseil en technologie, vendu séparément du produit.....	48
3.3.3 Un positionnement marketing très « terroir et convivialité ».....	49
3.3.3.1 Description succincte du positionnement marketing très « terroir et convivialité ».....	50
3.3.3.2 Quelques exemples et avantages du positionnement marketing très « terroir et convivialité ».....	50
3.3.4 Une communication et une prospection locale et simple.....	51
3.4 Une assise renforcée pour la bonne marche de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation	52
3.4.1 Multi-technologie et conseil en « navigation et météo ».....	52
3.4.2 Diversification des segments de clients.....	52
3.4.3 Stabilisation par un marketing très « terroir et convivialité ».....	52
3.4.4 Stabilisation par la pratique et l'expérimentation des technologies sur le terrain.....	52
3.4.5 Stabilisation par un marketing et une communication via du tangible.....	53
3.4.6 Une assise renforcée, dans un environnement plus mouvant.....	54
4. CONCLUSION.....	56

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

1. SITUATION EN 2015

1.1 Historique simple, de 2006 à 2015

La société Une_Entreprise_ou_une_Organisation a développé une expertise dans divers domaines durant une dizaine d'années d'existence et d'activité.

L'activité s'est globalement bien porté tout au long de ces années.

❖ **Passage supprimé pour raison de confidentialité.**

En 2015, la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation peut établir un plan d'évolution et d'investissement, à partir de ses constats qui se sont révélés intéressants, lors de ces deux dernières années d'investigations.

1.2 Points forts de la société

Les points forts de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation sont :

❖ **Passage supprimé pour raison de confidentialité.**

- Acquisition de l'expertise par l'acquisition des connaissances, la pratique et l'expérimentation sur le terrain
- Prestation de qualité, à forte valeur ajoutée, en s'appuyant sur une expertise pratique et théorique de haut niveau
- Détection de niche d'activité de prestation de conseil et d'expertise, dans des domaines technologiques pointus et appliqué à la vie courante des entreprises et des personnes
- Marketing de niche
- Actions commerciale efficace, adaptées aux activités d'expertise et de niche
- Crédibilité commerciale par la pratique et l'expérimentation sur le terrain des domaines d'expertises
- Dynamique d'entrepreneur pour investir dans l'expertise sur une technologie ou une niche d'activité d'expertise, avec une réussite satisfaisante sur quelques domaines « qui ont pris » et une exploitation des retours d'expériences lors de quelques échecs
- Qualité de la gestion, qui permet de mener efficacement l'action commerciale de niche, la production en souplesse, les dépenses raisonnables et les investissements sur un mode entrepreneur


1.3 Points faible de la société

Les points faibles de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation sont :

❖ **Passage supprimé pour raison de confidentialité.**

- Une expertise dans un seul domaine,, voire rendre caduque l'activité de prestation d'expertise, ou en tout cas de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation
- Une évolution rapide du domaine des technologies et une obsolescence prévisible de l'activité à long terme (5 ans) si elle n'est pas renouvelée par d'autres domaines ou spécialités
- **Passage supprimé pour raison de confidentialité.**
 - Les clients sont principalement des grandes entreprises, ou des PME qui dépendent directement des affaires avec les grandes entreprises, et cela rend l'activité très sensible à la conjoncture économiques, et aux aléas des activités de ces grands groupes. Les difficultés tant administratives que de pesanteur dans l'activité, rend aussi ces clients assez difficile à gérer.
 - Une capacité d'investissements et de développements insuffisamment exploitée
- **Passage supprimé pour raison de confidentialité.**
 - **Globalement, une pérennité très fragile, dans l'activité et le fonctionnement actuel, au regard des évolutions générale de l'environnement économique et sociétal.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

1.4 Évolutions de l'activité


De 2013 à 2015, la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation a commencé une réflexion sur une évolution de son activité.

Au départ, cette réflexion a été motivée pour palier aux points faibles de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation, tels que décrit dans le chapitre précédent.

Au fil des déplacements et de l'exploration, des possibilités de nouvelles activités et de diversifications tant dans les aspects techniques qu'en termes de clientèle et de niche commerciale, sont apparus.

- ❖ **Après une année de réflexion et de maturation de ces possibilités d'évolutions, l'entreprise va commencer, en 2015, à mettre en place, progressivement, ces nouvelles orientations et activités.**
- ❖ **Ce document décrit le plan général d'évolution d'activité, pour la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation, de 2015 à 2030.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2. GRANDES LIGNES DE L'ENVIRONNEMENT ET DES TENDANCES

2.1 Inscrire l'activité de la société

Une Entreprise ou une Organisation dans l'environnement général et les tendances d'évolutions

Ce chapitre décrit les grandes lignes de l'environnement et des tendances, tels que vus par la société Une Entreprise ou une Organisation, et dans lesquelles vont s'inscrire les activités de l'entreprise.

Ces éléments sont une synthèse très succincte des réflexions menées par la société Une Entreprise ou une Organisation, sur l'environnement et les tendances du monde. Ils ne sont principalement que les résultats ou constats majeurs de ces réflexions.

Les points présentés sont :

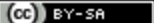
- Retournement de proportion et de rôle, entre l'innovation et le conservatisme, et l'innovation ne paiera plus autant qu'avant
- Dans un monde de dingues, les facteurs rassurants et stabilisants sont valorisés
- Une rupture dans les modèles de distribution et de vente des produits et des services
- Une « descente » ou « incarnation » des domaines de l'informatique, de l'information, et de la communication, dans le plan matériel et le plan de la réalité tangible
- Nouvelle révolution alimentaire et agricole, du même ordre que celle de l'arrivée du tracteur, de la mécanisation de l'agriculture et de la révolution de l'agro-alimentaire au siècle précédent
- Une transformation du rapport à l'énergie, sous tendues par des évolutions fondamentales dans les domaines de l'électricité, du pétrole, et des énergies issues de la bio-masse
- Un changement dans les moyens et les supports, pour les domaines d'emprise et de pouvoir sur les populations

Chacun de ces points sont présentés succinctement ci-après.

Ce chapitre se termine par quelques lignes directrices, en adéquation avec ces grandes lignes, pour l'orientation et le pilotage des activités de l'entreprise.

- ❖ **L'importance de ce chapitre tiens au fait, simple, que dans un monde en très forte évolution, il est important de tenir compte de l'environnement général et les tendances d'évolutions, pour définir la stratégie et piloter l'activité de l'entreprise de manière pertinente et efficace.**
- ❖ **Ces éléments sur l'environnement général et les tendances d'évolutions sont en quelque sorte le système de navigation (carte et GPS) et les informations sur les courants (marins) et la météo, de façon à pouvoir piloter au mieux.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.2 Retournement de proportion et de rôle, entre l'innovation et le conservatisme

En juillet 2014, il s'est passé un retournement, dans le monde.

Le fait que ce soit en juillet, ou pas, n'est pas très important.

Ce qui est important, c'est qu'environ en 2014, il s'est passé un retournement.

Ce retournement est entre la proportion, et le rôle de l'innovation d'une part, et du conservatisme d'autre part.

2.2.1 Avant 2014, le conservatisme règne, l'innovation aiguillonne et « tire le jus »

Avant 2014, on était dans un monde qui fonctionnait sur un mode en gros de 3/4 conservatisme et 1/4 innovation.

Dans ce monde-là le conservatisme avait le pouvoir, régnait en maître, et ne tolérait l'innovation que si elle avait l'heur de permettre aux personnes et organisations établies de se maintenir en place.

En face du conservatisme, l'innovation servait à se faire bien voir, à attirer l'attention et les convoitises, et qui « tirait le jus ».

Cependant, l'innovation n'avait pas le pouvoir, elle restait toujours qu'une sorte « d'additif ».

2.2.2 Depuis 2014, l'innovation règne, le conservatisme se démarque et « tire le jus »

Depuis 2014, on est en train de passer dans un monde qui fonctionne et fonctionnera avec une « proportion inversée », c'est-à-dire sur un mode, en gros de 3/4 d'innovation et d'1/4 de conservatisme.

L'innovation est en train de devenir « la norme », le truc habituel... et on va innover à tour de bras.

C'est l'innovation qui aura le pouvoir.

Dans ce monde-là ce seront les choses stables, les choses traditionnelles, les choses « qui ne changent pas tout le temps »... qui seront valorisées, qui seront mises en avant... et qui payeront.

Ce sera le conservatisme qui se fera bien voir, attirera l'attention et les convoitises, et « tirera le jus ».

Dans ce monde-là on pourra, si ce n'est déjà fait, constater des formes d'anarchies et les grands ensembles qui seront constitués de tout un patchwork d'éléments disparates.

On pourra constater que, globalement, tout le monde n'est plus à la même enseigne, et que les uniformités rassurantes et stabilisatrices, auront volées en éclats.

L'avantage d'un monde qui ne veut plus que tout le monde soit à la même enseigne, et qui ne veut plus de l'uniformisation, c'est qu'il laisse l'innovation débridée se défouler...

L'inconvénient d'un monde comme celui-là, c'est l'instabilité, la difficulté à prévoir, et, éventuellement, l'insécurité.

2.2.3 Conséquence de ce retournement : l'innovation ne paie plus

Dans un monde dans lequel l'innovation a le pouvoir, corrélativement, elle perd son attrait en tant qu'aiguillon, et n'attire plus les convoitises.


De fait : l'innovation : ça eut payé !... ça paye pu !

Ces éléments sont développés dans le chapitre suivant : « Dans un monde de dingues, les facteurs rassurants et stabilisants sont valorisés ».

2.2.4 Durée de ce retournement ? transition courte, ou période longue ?

Ce retournement Innovation-Conservatisme pourrait être seulement une période courte, typique d'une période de transformation irréversible, et d'une transition.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

Quitte à revenir, assez vite, au chaud, dans le confort du conservatisme, et des choses « qui ne doivent pas trop changer ».

Cela pourrait être un retournement de quelques mois, voire une année, là, juste en 2015.

De l'innovation à fond, du bouleversement... on secoue tout un grand coup...et puis ça se calme.

Peut-être.

Ce n'est pas exclu.

Cependant, d'après les constat actuels, cette période sera probablement "durable".

Il est probable que cela dure jusqu'en 2020 ou 2025 au moins... voir plus.

Cela sera une période d'innovation à fond, et corrélativement le conservatisme sera un moyen de calmer le jeu, de temps en temps, et jamais en prenant complètement le pouvoir : seulement pour calmer un peu le jeu.

Le conservatisme sera présent, il ne disparaîtra pas : il sera présent sous forme de promesses, d'élément de langage dans les discours politiques, pour faire passer la pilule, etc.

et le conservatisme sera là aussi : dans les offres de produits et de services qui se font remarquer, et qui payent (forte marge, fleuron d'un pays, etc.).

Et ce « nouveau jeu », ces nouveaux rôles de l'innovation et du conservatisme, seront là, probablement, dans une tendance de fond, lourde, pendant plusieurs années.

2.3 Dans un monde de dingues, les facteurs rassurants et stabilisants sont valorisés

2.3.1 Quelle que soit la proportion de conservatisme et d'innovation, ce qui va compter, c'est « qui a le pouvoir ».

Dans un monde 3/4 conservatisme et 1/4 innovation, ceux qui avaient le pouvoir étaient ce qui étaient pour le conservatisme.

Et ceux qui se « faisaient bien voir » étaient les pro-innovation (les startups, les geeks, les entrepreneurs... et François Hollande avec « le changement, c'est maintenant »... hi hi hi...)

Dans le monde, tel qu'il est en train d'évoluer, c'est-à-dire 3/4 d'innovation et 1/4 de conservatisme, ceux qui auront le pouvoir seront ceux qui sont pour l'innovation et surtout ceux qui la font et en tiendront les rennes.

Et ceux qui se feront bien voir seront ceux qui sont pour le conservatisme, la rigidité rassurante, etc.

Du côté du conservatisme, vous trouverez :

- Les radicalismes politiques : extrême droite et extrême gauche.
- Les boîtes à prise de pouvoir, comme Apple, Google, etc. (qui sont bien plus dans la « rigidité et l'imposition de ce qui est bien » qu'elle n'en ont l'air, comme l'indique l'article).
- Vous noterez que je mets les Apple, Google, etc. du côté du conservatisme.
- Les gouvernements non extrémistes, mais qui utiliseront les technologies pour exercer une répression sans précédent... au nom de l'ordre et du contrôle des situations.
- Les propositions de bonne bouffe bien traditionnelle, de bouffe bio, de restaurant qui font la cuisine comme avant, etc.
- Les made in France, le fait main, etc. quand il n'est pas l'expression d'une innovation
- Les survivalistes, qui proposent de perdurer à travers l'effondrement des sociétés humaines, en s'appuyant en général sur des méthodes traditionnelles et anciennes (l'eau de source, le potager pour se nourrir, etc.)

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

Du côté de l'innovation, vous trouverez les :

- Les podemos, les gouvernements issues de rien et qui innovent, les « loi macron » qui chamboulent les acquis obsolètes, etc.
- Les nouvelles formes de partis politique, et de gouvernement, dans lequel je pense qu'on peut mettre l'état islamique.
- Les nouvelles formes de bouffes, à base d'huile de je ne sais pas quoi, qui remplace les œufs dans la mayonnaise, mais surtout parce que c'est moins cher, etc. les fibres de lupins et les protéines de telle plante, etc...
- La vente par internet, avec des nouveaux commerces chaque matins, et des promos toujours plus innovantes
- Les technologies des drones, robots, ampoules à LED, domotique, solaire, pile à combustible, etc., etc.
- Les technologies des bactéries, de l'ADN, de la médecine, des champignons pour dépolluer les terrains, etc.
- Les innovations en matière d'argent, de monnaie, et de manière d'établir le commerce entre les groupes de populations

Ce n'est pas un classement absolu et définitif.

Comme on entre dans un monde de formes d'anarchies et de patchwork, les uns et les autres ne sont pas que d'un côté, ou que de l'autre.

Certains tireront leur pouvoir de l'innovation, tout en se faisant bien voir avec des promesses de conservatismes... et certains tireront leur jus du conservatisme, tout en insérant de l'innovation pour passer les fourches caudines du pouvoir en place, fervent adepte de l'innovation.

➤ [Ce qui compte, c'est de voir « qui a le pouvoir », et « qu'est-ce qui donne du pouvoir ».](#)

Ceux qui n'ont pas le pouvoir, et s'appuieront sur le conservatisme... ont l'avantage d'aiguillonner, de se faire bien voir, d'attirer les convoitises, de se démarquer, et... d'avoir un pricing power, de faire payer leurs produits et leurs services aux innovants puissants, mais ballotés dans tous les sens.

2.3.2 L'innovation perd sa « sur-côte », et éventuellement, « ne paye plus ! »

Depuis juillet 2014, on entre dans un monde qui voit et verra se multiplier les formes d'anarchies et dans lequel les grands ensembles qui seront constitués de tout un patchwork d'éléments disparates.

Dans ce monde là... l'innovation règne en maître... et l'instabilité aussi.

Dans ce monde là... l'innovation perd sa « sur-cote », sa valorisation en tant qu'aiguillon, en tant qu'additif spécial et convoité, en tant que facteur de compétitivité dans un monde conservateur.

L'innovation ne perd pas toute sa valorisation, mais elle n'est plus le moyen de « tirer le jus ».

Elle prend un statut d'élément régulier dans le monde... et la concurrence l'amènera à tirer les prix vers le bas, à tirer les marges au minimum... pour fournir un des éléments réguliers et habituels des activités.


Petite Illustration : à l'époque précédente, c'est le conservatisme qui régnait en maître, mais progressivement, il ne « payait plus », et a fini par sombrer dans une faillite (États, groupes internationaux comme General Motors, ou Microsoft, etc.).

2.3.3 Ce qui paye, c'est la stabilité et les éléments rassurants

Dans ce monde là... ce qui paye, c'est la stabilité, les choses qui ne changent pas tout le temps... ou les promesses de ces choses là (c'est-à-dire la promesse que cela ne changera pas tout le temps).

Ce qui paye, aussi, c'est la sécurisation, et les promesses de sécurisation.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.4 Une rupture dans les modèles de distribution et de vente des produits et des services

En résumé :

- Augmentation du besoin et du volume de services pour chaque produit : un frigidaire, une télévision, ou une voiture demandent beaucoup plus de service pour le conseil, la mise en service, la formation, et la maintenance, que les produits d'avant. C'est encore plus de service nécessaire pour les nouveaux produits, comme les ordinateurs, les robots aspirateurs, les voitures électriques, etc.
- Avant, le service était inclus dans la vente du produit, aujourd'hui ce n'est plus possible
- Éclatement du modèle de vente des produits, du fait du service dissocié de la vente du produit, et des nouveaux canaux de distribution vente
- Le service vendu à part entière, et rupture du modèle de distribution et vente des produits

2.4.1 Augmentation du besoin et du volume de services pour chaque produit

Ces dernières années, on a développé la société des services.

Ces dernières années, on a développé des produits qui demandent beaucoup plus de services, que les produits d'avant.

Les services nécessaires aux produits sont :

- Le conseil pour l'achat,
- La mise en service,
- La formation,
- La maintenance

Le volume de ces services, dans chacune de ces catégories, ont énormément augmenté, pour les produits d'aujourd'hui.

Les ordinateurs, les tablettes, les voitures, les équipements de la maison (domotique), la ligne téléphonique (devenue ADSL), etc. demande en gros 5 à 15 fois plus de service, lors de leur acquisition et utilisation.

Par exemple, avant, quand on achetait un frigidaire, une télévision, ou une voiture, le service était assez simple et rapide à faire, tant pour le conseil à l'achat, que pour la mise en service, formation, et ensuite pour la maintenance.

Ces services pouvaient souvent être fait par les personnes elles-mêmes, sans faire appel à du service.

Aujourd'hui, pour ces mêmes produits, il faut beaucoup plus de service, et c'est encore plus frappant pour les nouveaux produits, comme les ordinateurs, tablettes, voitures (avec « tout cet électronique maintenant !... »), etc.

Et cela va continuer : prenez par exemple le cas de l'aspirateur... et du robot aspirateur qui est en train d'être très apprécié, à part son prix.

Autre exemple : la voiture électrique, pour lequel le conseil et la mise en service va demander énormément de service.

Cela se constate pour les produits de grande consommation des particulier, aussi bien que pour les produits destinés aux PME/TPE et grandes entreprises, comme par exemple : les bulldozer pour les travaux publics, les tracteurs et équipements agricoles, les machines dans les usines, les ordinateurs et serveurs des entreprises, etc.

❖ **Pour le dire simplement, s'il fallait une heure de service, tout compris, pour conseiller et mettre en service un produit à un client, il faut maintenant compter entre 5 et 15 heures de services pour les produits d'aujourd'hui.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.4.2 Avant, le service était inclus dans la vente du produit, aujourd'hui ce n'est plus possible

Avant, depuis des décennies, le service était inclus dans la vente du produit.

Que ce soit dans les petits commerces, dans la grande distribution, ou dans le commerce professionnel, le modèle de vente incluait le service dans le prix du produit. Le service était « glissé » avec le produit et servait essentiellement d'avantage concurrentiel.

Qui n'a pas connu, ou entendu parler des personnes qui achetait leur produits (machines à laver, voiture...) chez Un-tel, parce qu'il vous livre, installe et « il est là quand vous avez un problème ».

Certains distributeurs de produits électro-ménagers et électroniques avait fait leur réputation sur ce service et la confiance qui accompagnait l'achat du produit. D'autres avait fait leur réputation sur le service de conseil pour « bien acheter ».

Etc...

Aujourd'hui, comme le volume de service nécessaire pour chaque produit a fortement augmenté, ce service ne peut plus être « glissé » dans la vente du produit. Le service devient trop cher, pour être glissé dans le prix du produit.

Par exemple, pour les ordinateurs, le conseil, la mise en service, la formation ne peuvent plus être inclus dans la vente du produit. Les distributeurs de produits électronique et informatiques proposent souvent le conseil « à part » et en plus de la vente du produit.

Pour la voiture électrique, comme pour le robot aspirateur ou tondeur de pelouse, les vendeurs des produits ont beaucoup de mal à faire le service pour accompagner la vente, et c'est un des freins au développement de l'utilisation de ces produits.

On peut constater l'effet pervers inverse : les produits sont vendus, mais le service n'est pas fait avec. Résultats, les gens achètent les produits pour leur avantages, mais n'utilisent pas les fonctions.

Par exemple : achat d'un ordinateur, ou d'une tablette, mais utilisation très très partielle, par manque de configuration pour la mise en service, ou d'apprentissage par les personnes. Idem pour la fonction GPS/Navigation des voitures, ou des tracteurs.

2.4.3 Éclatement du modèle de vente des produits, du fait du service découplé de la vente du produit, et des nouveaux canaux de distribution vente

2.4.3.1 Deux causes majeurs à l'éclatement du modèle de vente des produits : l'augmentation du service nécessaire à chaque produit, et l'internet

L'augmentation de la quantité de service nécessaire pour chaque produit est une des cause majeure de l'éclatement du modèle de vente des produits.

La deuxième cause majeure est la rupture apportée par la vente sur internet, et en général la vente assistée par les technologies et les média.

La vente assistée par les technologies et les média comprend le conseil sur internet avec les panels comparatifs (service de conseil à la vente), qui ne font pas la vente, mais l'orientent... vers d'autres distributeur que les commerçants habituels et de proximité.

Ces deux causes ont contribué conjointement à l'éclatement du modèle de vente des produits.


2.4.3.2 Le lissage des coûts de service inclus, sur l'ensemble des ventes, ne fonctionne plus

Avant, le commerçant vendait le produit avec le service inclus.

Il ne peut plus faire cela, parce que le volume du service a augmenté, pour chaque produit, et que cela devient insoutenable, d'inclure le prix du service dans le prix du produit.

Avant, le commerçant lissait aussi le prix du service, sur l'ensemble des ventes de produits : les acheteurs qui ne

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

demandaient pas de service payaient pour ceux qui bénéficiaient du service.

Avec la vente du produit décollée du service, les ventes sans services se font « ailleurs et à meilleur prix ». De fait, le commerçant classique perd ce volume de vente, parfois allant jusqu'à 50 % de ses ventes.

De fait, le commerçant classique ne peut plus répartir (« lisser ») le coût du service de certaines ventes, sur l'ensemble des ventes.

De fait, il ne peut plus assumer le service inclus à la vente du produit, et perd la réputation bâtie sur ce service.

L'exemple le plus simple pour illustrer cela est celui du distributeur de produits ménager, avec le conseil à l'achat, l'installation, la mise en service.

Certaines ventes se font sans service : le client sait ce qu'il veut, le prends, et part avec. Ces ventes, à un prix qui inclus le service du distributeur, permettent de compenser les ventes qui demandent beaucoup de service (conseil d'achat, livraison, installation, mise en service, formation).

❖ **Si le distributeur perd les ventes « nues », et voit son chiffre d'affaires réduit de 30 à 50 %, parce que les ventes sans services sont faites ailleurs, au plus bas prix, et avec les avantages de la vente par internet, il ne peut plus assumer son modèle de vente, avec le conseil inclus dans le prix des produits et lissé sur l'ensemble des ventes.**

C'est ce qu'on a pu constater : les distributeurs classiques n'ont pas pu tenir, même en essayant d'aligner les prix sur les vendeurs « sans services » : le prix du service les a presque tué.

2.4.3.3 La vente par internet, la nouvelle mise en concurrence, et la vente du produit au prix le plus bas

On peut voir que la vente par internet est souvent une vente sans service de conseil, installation, mise en service...

La vente par internet a, de fait, décollé la vente du produit, de celle du service qui accompagne la vente du produit.

Elle a profité, pour s'installer, de cet avantage, pour proposer le prix du produit sans le service, donc à un prix plus bas que le commerçant qui inclus du service dans sa vente de produit.

Elle a aussi, bien entendu, profité des autres avantages, comme par exemple :

- Proposer les produits à une clientèle chez elle, à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit, week-end compris
- Réduction drastique des coûts de stockage, et des coûts de présentation des produits, etc.

2.4.3.4 L'éclatement du modèle de vente des produits vient plus de l'augmentation du service pour chaque produit, que de la rupture apportée par l'internet

Certes, les apparences pourraient faire penser que la vente par internet est la cause unique de l'éclatement du modèle de vente des produits.

Cela serait passer à côté d'une cause majeure : l'impossibilité de fournir le service nécessaire, inclus dans la vente du produit, qui fait éclater le modèle d'affaire (business modèle) et l'image de marque des distributeurs et vendeurs « classiques ».

Le schéma de l'éclatement du modèle de distribution et vente des produits est le suivant :

- Le découplage entre le service et la vente du produit, a énormément favorisé la vente par internet, du produit « nu », sans service, au plus bas prix
- La vente par internet a pris des parts de marché de vente de produits « nus ».
- Le commerçant classique ne peut plus inclure le prix du service dans le prix du produit, parce que le besoin de service a fortement augmenté pour les produits aujourd'hui.
- Le commerçant classique ne peut plus lisser le coût du service sur l'ensemble des ventes des produits, y compris celle « nues », sans service.

❖ **C'est conjointement la vente par internet, et le découplage entre le service et la vente du produit, qui**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

ont fait éclater le modèle classique de distribution et de vente des produits.

- ❖ **Le commerçant classique peut accuser l'arrivée de l'internet comme cause de ses déboires, mais cela serait ne pas voir que son modèle de vente des produits, avec le service inclus, n'est plus possible et l'a enfoncé dans sa propre erreur et déconfiture.**

2.4.4 Le service vendu à part entière, et rupture du modèle de distribution et vente des produits

- ❖ **Il est fondamental, à partir de 2015, de découpler la vente du service de celle du produit, et d'organiser les nouveaux modèles de distribution et de vente autour de ce principe.**

Comme vu dans les chapitres précédent, le découplage est vital.

Le concept clé, qu'il faut lâcher pour aborder le nouveau modèle, est celui de la vente des produits au centre de tout.

La vente d'un produit matériel devient un élément parmi d'autre de la vente et du fonctionnement de l'économie.

Cela se voyait déjà, avec la notion de société de l'information, et une orientation des activités, de l'économie, et du fonctionnement de la société vers l'information et l'immatériel.

Cette tendance à aller vers l'immatériel, à se dégager des aspects matériels, est générale, et voit ici, avec la montée en puissance des services, un domaine d'application de plus.

Corrélativement, le découplage entre le service et la vente du produit offre des avantages :

- **Transparence sur ce qui est acheté** : il n'y a plus de mixte implicite entre le produit et le service inclus. L'achat du service est plus clair.
- **Transparence du conseil d'achat et réduction des conflits d'intérêts** : Le conseil d'achat peut se faire par un tiers indépendant. Cela réduit les conflits d'intérêt du vendeur qui conseil sur le produit qu'il vend.
- **Amélioration de la vente des produits**, par un choix plus vaste, et la possibilité d'acheter au juste prix de ce qui est acheté. On ne paye plus pour le conseil... qui est fourni aux autres acheteurs.

Cette rupture implique une remise en question et refonte du modèle des marques, surtout des marques de distribution.

Si la marque de distribution appuyait sont image et sa réputation sur le service qui était inclus dans la vente du produit... alors, cette image s'effondre.

- ❖ **À l'inverse, cela ouvre des possibilités pour fournir des prestations de service, notamment pour le service de conseil d'achat d'un produit, ou le service de mise en service des équipements.**

Voici un exemple, parmi d'autres, de ce découplage des prestations de services, de celles incluses dans la vente du produit, et qui ouvre une possibilité de fournir un service en plus :

Le conseil à l'achat de matériel, proposé par un site de vente de produit :

Le service est mis en avant, mais clairement comme un service en plus, et payé à part de l'achat du produit.

The graphic is titled "s'engage sur ..." and lists five service commitments in blue boxes with icons: "le PRIX" (€ icon), "le CHOIX" (game controller icon), "le CONSEIL" (phone icon with "39 79 Service 0.70€/min + prix appel"), "la SECURITE" (lock icon), and "le SERVICE CLIENT" (NF logo). To the right, there are social media icons for Twitter and Facebook under "Suivez nous", and a delivery icon under "Livraison".

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.5 Une « descente » ou « incarnation » des domaines de l'information

Depuis 2014, en parallèle d'une sorte de révolution permanente et douce de la société, on peut constater un virage pris par les technologies et les mises en pratique du domaine de l'information.

Ce virage consiste globalement à une « descente » dans le monde matériel, ou autrement dit une sorte « d'incarnation » des technologies et des utilisations des domaines de l'information.

Ceci est développé, succinctement, ci-après.

2.5.1 Information, immatériel, virtuel, matériel, tangible et monde réel

Pour bien comprendre cette tendance, il est utile de resituer les concepts clés.

❖ Les gens et les médias disent n'importe quoi quand ils parlent du virtuel, au lieu parler du domaine de l'informationnel

Ci-après, voici quelques les définitions et commentaires pour situer à leur place chaque concept et levée les inepties qui sont en général véhiculées autour du domaine du virtuel.

2.5.1.1 L'information, et le domaine de l'informationnel

Une information est une énergie en déplacement.

Elle n'a pas de masse, et ne fait pas partie du domaine matériel ou du monde matériel.

Une information fait partie du domaine de l'immatériel.

Une information est réelle. Elle fait partie du monde réel.

Certaines informations, par le message qu'elles véhiculent, font partie, comme le virtuel, du monde imaginaire, du monde des illusions, et des informations dont l'impact sur la réalité matériel est sans effet direct. C'est la nature de l'information qui permet de la classer dans la catégorie des informations reliées directement au monde matériel, ou pas.

2.5.1.2 L'immatériel

Définition de l'immatériel : Élément de la réalité, qui n'est pas matériel, qui n'est pas fait de matière, et qui existe sous forme d'une énergie, ou d'une vibration (qui est une oscillation d'énergie) ou d'une onde (qui est un champs d'énergie en vibration).

Les éléments immatériel n'ont pas de masse.

Ils ne sont pas tangibles, dans le sens qu'ils n'ont pas un corps matériel localisé dans l'espace et palpable par contact direct d'autres éléments matériels.

Une information est un élément immatériel.

❖ Les éléments immatériels font partie du réel.

❖ Petit aparté à ce sujet : l'amour est immatériel... et pourtant l'amour est bien réel. L'amour n'est pas virtuel, mais bien réel.

2.5.1.3 Le virtuel


Le virtuel est le domaine de l'utilisation de l'information, immatérielle, pour représenter et simuler, quelque chose qui est dans le domaine du matériel.

Le virtuel, par définition, fait partie du domaine de l'information, et de l'immatériel.

Le virtuel n'est qu'une toute petite partie du domaine de l'information et de l'immatériel : celui dans lequel une chose matérielle est représentée, et simulée, à des fins diverses, mais uniquement en termes de « représentation pratique et efficace » de quelque chose de matériel.

Par définition, et analyse inverse, le virtuel n'est pas :

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

- Non réel : le virtuel n'est pas non réel, ou irréel. Le virtuel est réel.
- Le virtuel n'est pas à opposer à l'information. Il n'est qu'une partie du domaine de l'information.
- Le virtuel n'est pas irréel, ou faux : il est bien réel, il n'est qu'une représentation des choses matériels, à but de simulation, ou d'utilisation à distance, ou de contact et communication à distance avec représentation de l'environnement distant, etc.

2.5.1.4 Le matériel

Le matériel, ce sont les élément fait de matière.

Les éléments du domaine matériel ont une masse.

Ils font partie de la réalité, du monde réel, en tant qu'élément qui ont une masse et une localisation géographique. Les éléments matériels peuvent être, en général, touché, sauf quand ils sont très petits.

2.5.1.5 Le tangible

Le tangible est le domaine du monde réel, qui est matériel, et peut être touché ou dont on peut faire l'expérience ou le contact par le toucher ou un sens de perception humaine.

2.5.2 Confusion immatériel – virtuel

Depuis quelques années, environ depuis les années 2000, dans les média, ou dans les dire des gens, on entend parler de virtuel. même parler de virtuel à tout bout de champs.

Cela cache une confusion entre le domaine de l'immatériel, et celui du virtuel.

À 99 %, les gens et les médias utilisent le terme de virtuel pour dire immatériel.

Ceci est probablement dû au fait que l'immatériel fait peur, surtout dans une société dont le pouvoir était tenu par ceux qui maîtrisaient les éléments matériels (économie, production, consommation, etc.).

Qu'elle qu'en soit la cause, le constat est là : l'utilisation du mot virtuel, pour dire, en fait et seulement : immatériel.

2.5.3 Opposition abusive entre virtuel et réel

Les éléments immatériels font partie du réel.

Ils font partie du monde réel... et sont bien réels.

Ils n'ont pas de masse, ils ne sont pas constitués de matière, mais tout immatériels qu'ils sont, ils sont bien réels.

Par exemple, les informations, qui sont immatériels, sont bien réels. Il suffit de constater l'effet sur les mouvements des prix, à la bourse, lors de l'arrivée de certaines informations : tout ceci est bien réel...

Or souvent, les gens et les médias, ont relégué dans le « virtuel », tout ce qui est immatériel : on dit que c'est virtuel, pour dire que c'est immatériel, et pour dire que cela ne serait par réel, ou « pas vraiment réel ».

On peut constater une grande confusion entre ce qui est réel et ce qui ne le serait pas, parce qu'immatériel.

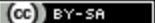
Le mot « virtuel » servant à dire : chose immatériel qui fait peur parce qu'elle n'est pas matérielle et tangible.

Le mot « virtuel » servant à dire seulement : informationnel.

Pour replacer les choses à leur place :

- Ce qui est immatériel est réel
- Ce qui est informationnel est réel
- Ce qui est virtuel est immatériel et bien réel, mais en tant qu'informations qui représente une chose matérielle pour des simulations ou manipulations plus pratiques.
- Ce qui est virtuel est une petite partie de ce qui est informationnel,
- Le terme de virtuel est très souvent très mal utilisé : le terme approprié est celui d'informationnel
- Le virtuel fait parti du réel, il n'en est qu'une toute petite partie, elle-même incluse dans le domaine de l'informationnel

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

❖ Le virtuel n'a pas à être opposé au réel

2.5.4 Les technologies de l'information descendent vers le monde matériel

Le domaine de l'information est immatériel.

Jusqu'à présent, pour en tracer une des grandes lignes, on peut décrire les choses comme ceci :

- L'informatique, jusqu'à présent, ne s'occupait que d'information.
- L'informatique était dans l'informationnel, et donc dans l'immatériel.
- Les éléments typiques du domaine de l'informatique étaient les textes, les films, les vidéos, les musiques, les interviews enregistrées, etc.

Or, depuis quelques années, les technologies et outils de manipulation et traitement des informations se développent et se propagent de plus en plus vers les domaines du matériel.

Cela donne une sorte de « descente » ou « d'incarnation », du domaine immatériel, vers le domaine matériel.

Tout cela étant réel.

Pour la suite de l'exposé dans ce document, et pour les activités de la société

Une_Entreprise_ou_une_Organisation, ces technologies sont appelées les technologies informationnelles et matériels : les TIM.

Il y avait les TIC (technologies de l'information et de la communication), et les « NTIC » dans les années 2000.

❖ Il y aura les TIM : Technologies de l'Information et du Matériel.

Les TIC restaient dans le domaine de l'informationnel, et de l'immatériel : les informations sont produites, et communiquées. Les informations sont des énergies en déplacement, donc la communication est le moyen de les faire se déplacer d'un émetteur vers un récepteur. Le mécanisme sous-jacent est celui du partage.


Les TIM relèvent plutôt du mariage, ou de la fécondation : les informations sont produites et utilisées dans une circulation permanente entre le domaine immatériel et le domaine matériel. Le mécanisme sous-jacent est celui de la fécondation, de la manifestation dans le domaine matériel, des éléments issues de l'information, et réciproquement, de la remontée des constats et des résultats d'expérience du domaine matériel, vers le domaine informationnel.

2.5.5 les TIM, Technologies de l'Information et du Matériel : quelques exemples

La société a recensé quelques grands domaines de technologies, qui font partie des TIM :

- La génétique appliquée
 - Celle-là, elle n'est pas nouvelle, cependant la mise en application de l'utilisation (informationnelle) des génomes, via des bactéries, virus, ou autres manipulateurs d'ADN, pour produire des résultats dans le domaine matériel (cultures, production d'énergie, assainissement de l'eau, médecine, etc.) en font une TIM.
- Les imprimantes 3D et l'impression tridimensionnelle : exemple typique du passage d'un fichier d'information, à une chose matérielle.
- Les objets connectés : exemple typique de la collecte, et du passage d'information en provenance du domaine matériel, vers le domaine informationnelle.
 - Les objets connectés sont aussi appelés Connected Objects, l'Internet des Objets, Internet of Thing (IoT)
 - Parmi les éléments dans le domaine des objets connectés, on peut aussi placer les caméras de vidéo surveillance, qui existent depuis longtemps, et profitent de ces développements
- Les robots et les drones : ils sont la mise en mouvement et en action, dans le monde matériel, d'un centre de contrôle qui fait partie du domaine informationnel. Les drones sont des robots volants.
 - Les robots et les drones ne sont pas nouveaux, mais ils s'étaient comme cantonnés dans le domaine industriel et militaire, et se propage, depuis deux ou trois ans, de manière significative,

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

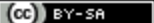
dans les domaines beaucoup plus vaste de la vie en général, du grand public, des cités, etc.

- La domotique : ce domaine est typiquement une extension et une « descente » de l'informationnel dans le domaine matériel de la maison et du bâtiment.
 - Par exemple la régulation du chauffage, en fonction des informations de météo récupérée via internet,
 - Les frigo connectés, les rideaux et volets automatisés...
 - et biens d'autres choses bien concrètes (équipements), pilotées depuis, et par, des centres informationnelles.
- La « réalité virtuelle » dans les jeux et le cinéma : ce domaine, visant à reproduire les sensations pour les cinq sens, et notamment celui du toucher et des sensations de mouvement, fait partie de cette simulation informationnelle d'éléments matériels... à but de sensation et de reproduction à moindre frais d'expériences diverses et exotiques.

Les objets connectés sont, d'une certaine manière, les compléments des imprimantes 3D et des robots, dans la circulation permanente d'information entre le domaine informationnel et celui matériel :

- Si les robots et les imprimantes 3D sont les jambes, bras et les mains de l'informatique
- Les objet connectés (Internet of Things, Connected Objects, lot) sont les capteurs et les « cellules sensibles » d'un système informatique et matériel.
- Les objets connectés sont comme les cellules sensibles de la peau, les yeux, les oreilles... d'un animal biologique.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.6 Nouvelle révolution alimentaire et agricole

2.6.1 La révolution précédente, issue des années 1935-1942

Dans les années 1930-1940 s'est mis en place une révolution alimentaire et agricole. On peut situer plus précisément cette mise en place de révolution aux années 1935-1942.

Exemple : « On peut dater le lancement de la « Révolution verte » de 1943 avec la création de l'Office of Special Studies, né de la collaboration entre la Fondation Rockefeller et l'administration présidentielle de Manuel Ávila Camacho au Mexique. ». Source Wikipédia (https://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9volution_verte#Les_racines_mexicaines).

Autre exemple : La création de la FAO en 1943. « Quarante-quatre chefs de gouvernements, réunis à Hot Springs, Virginie (Etats-Unis), s'engagent à fonder une organisation permanente pour l'alimentation et l'agriculture. ». Source : <http://www.fao.org/about/fr/>

Les facteurs d'impulsion de cette révolution ont été la deuxième guerre mondiale, le développement des moyens mécaniques dans l'agriculture, et le développement de l'industrie agroalimentaire.

La guerre a été une destruction massive des personnes, mais aussi une expérience de souffrance par le manque de nourriture et la faim. Ceci s'est vu, évidemment, dans les camps de concentration, mais aussi dans les villes (rationnement, tickets, économie du marché noir, les « BOF », etc.).

Les populations se sont structurées, psychologiquement, autour de la peur du manque... et les prémisses de la société de consommation, et de la grande distribution des produits alimentaire est née sous l'impulsion de cette peur.

Par ailleurs, l'utilisation de nouvelles technologies, notamment la mécanisation, la chimie, ont été l'autre source d'impulsion et de développement de cette révolution.

Notamment, parmi les multiples exemples, les jeeps et autres engins en surplus de l'armée, à l'issue de la guerre ont été reconvertis en outils pour les agriculteurs. Puis le développement de l'utilisation du tracteur, des moissonneuses, et de la mécanisation de l'agriculture.

En parallèle de la mécanisation de l'agriculture, l'industrie agroalimentaire s'est développée, de manière phénoménale, avec la réfrigération, l'emballage et le packaging (qui ont permis l'essor de la grande distribution, dans laquelle le client met le produit dans le caddie, plutôt qu'avoir besoin d'être servi par l'épicier, le boulanger, le boucher...), l'industrie de transformation, et d'autres technologie.

En termes de tendance générale, cette révolution s'est faite, notamment, dans une tendance d'intensification de la culture, d'utilisation forte des moyens mécaniques, et d'une forme d'imposition de la main de l'homme sur la nature.

Ces moyens et manières de faire ont été favorisés et en vogue, de l'après-guerre à la fin du siècle, mais décriés et remis en question au début du XXI^e siècle.

2.6.2 Une révolution alimentaire et agricole se met en place – 2018-2025

Une révolution alimentaire et agricole se met en place, de 2018 à 2025.

Elle sera du même ordre que celle de l'arrivée du tracteur, de la mécanisation de l'agriculture et de la révolution de l'agro-alimentaire au siècle précédent.

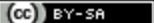
On ne peut donc pas dire que cela sera une révolution sans précédent, mais cela sera une révolution... très intense et très importante, encore une fois.

2.6.3 L'apport des technologies et de l'innovation dans cette révolution

Une des impulsions majeures de cette révolution sera l'apport technologique et d'innovation.

Parmi les exemples de technologies, on trouvera toutes celles qui se développeront dans le domaine alimentaire et agricole, autant que dans les autres domaines :

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

- Les TIM (voir chapitre précédent), avec évidemment les drones et robotisation des tracteurs
- Les bio-énergies (voir le chapitre suivant) avec les transformations de matières végétales en carburant, ou la production d'électricité dans des « champs de panneaux solaires », ou des « champs d'éoliennes ».
- Les technologies du vivant, avec notamment, l'utilisation de la génétique pour les espèces animales comme végétales, les utilisations diverses des bactéries, des champignons, pour transformer, assainir, produire... des éléments alimentaires et agricoles. Les OGM en font partie, bien évidemment.
- Les technologies des systèmes complexes et régulés informatiquement : les cultures hors sols, les plantations sous contrôle d'irrigation et de distribution des engrais, les élevages en hors sols et l'alimentation calibrée de chaque animal d'un cheptel.

L'innovation est un des autres apports de cette révolution. L'innovation viendra bousculer et pousser à évoluer les domaines de l'alimentation et celui de l'agriculture.

L'agriculture, du fait de son rapport au temps (saisons) et aux cycles longs (souvent plus de 30 ans pour la foresterie, les investissements dans la terre, etc.) est un domaine par nature très conservateur.

Cependant, comme décrit dans le chapitre : « [Retournement de proportion et de rôle, entre l'innovation et le conservatisme](#) », le conservatisme est en train d'être balayé, dans ce domaine, comme dans d'autres.

L'agriculture est un domaine qui, bon gré, mal gré, évoluera fortement, tant dans la manière de faire (innovations générales) que dans les technologies utilisées (innovations techniques).

Dans le domaine de l'alimentation, les innovations se feront sous la pression des nécessités économiques (manque de ressources), autant que celui des enthousiasmes pour les innovations... et les modes.

2.6.4 Les tendances de bases, et sous-jacente, de la révolution alimentaire et agricole

Autant la révolution précédente s'est faite, comme l'ensemble de la période, dans une tendance de violence et d'imposition de la main de l'homme par la force, voire l'outrance, les abus et les gaspillages... autant cette révolution se fera selon une autre tendance sous-jacente : la discrétion, la besogne, la parcimonie, l'économie, la récupération des déchets... et l'administratif.

Jusque dans les années 1965, la tendance sous-jacente était celle de la violence, de l'utilisation de la force, de l'utilisation du feu et de la chimie « active », et de l'affirmation de l'homme sur la nature.

Quelques exemples, pour situer et illustrer cela :

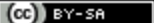
- La locomotive, et le train, puis la voiture, puis toutes les formes de mécanisation, dont celle agricole, avec clairement une imposition de l'homme sur les territoires.
- Des guerres d'une agressivité et d'une violence inouïes, avec notamment l'utilisation du feu, pour les bombardements, camps de concentration et four crématoire, utilisation du Napalm, bombe nucléaire au Japon...
- Une explosion débridée de l'utilisation de l'énergie, tant le pétrole que l'électricité

Et puis, à partir de 1965, cela s'est calmé : on est passé dans une période de baba-cool, de non-violence (guerre du Vietnam et utilisation du napalm), de besoin de se reconnecter à la planète, de parcimonie et de réduction des gaspillages, de réutilisation des déchets... et d'administratif (commission européenne en tête).

La révolution agricole qui se met en place (notamment sur la période 2018-2025) suivra ses tendances de fond :

- Les baba-cool qui étaient partis élever des chèvres en communautés (1965), sont devenues « le BIO », avec son idéal de « produits naturels ». Et c'est pas fini, l'écologie et le bio se développeront « sérieusement » dans les décennies à venir
- Reconnexion à la planète : l'écologie, les technologies utilisant « mieux » les forces de la nature, etc.
- Parcimonie et de réduction des gaspillages : réduction de l'utilisation des engrais, des pesticides, de l'eau, non-utilisation de la terre avec les cultures et élevages hors sols
- La réutilisation des déchets : bio-énergie par réutilisation des déchets végétaux, techniques de culture sur paillis et mulch, compostage, farines pour l'alimentation des animaux, etc.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

- L'administratif : ha !... l'administratif... il a piloté l'agriculture depuis les années 1960... et c'est pas fini. L'agriculture de masse du 21^e siècle sera pilotée par l'administratif, ou ne sera pas...

Comme pour l'administratif, ces éléments de tendance (déchets, parcimonie, etc.) vont se développer et s'affirmer de plus en plus.

Ils font partie de la révolution qui se met en place.

2.6.5 Production d'énergie par l'agriculture

L'agriculture va s'orienter vers une production d'énergie.

La production d'énergie électrique, par des panneaux solaires, se fera dans des « champs ».

La bio-masse et les déchets/fumier/lisier des animaux, convertie en méthane, éthanol, ou électricité sera une autre forme de production d'énergie, locale, et agricole.

L'agriculture s'occupaient principalement de fournir de la nourriture, qui sert, à la base, à fournir de l'énergie et des constituants, aux corps des êtres humains.

❖ **L'agriculture va continuer et étendre sa fourniture d'énergie, en fournissant de l'énergie aux êtres humains, non seulement sous forme d'aliments, mais aussi sous forme de carburant et d'électricité... pour leurs véhicules, leurs équipements électroniques, leur smartphones, leurs robots, etc.**

Ce changement dans la production de l'énergie, et dans le rapport à l'énergie, est décrit plus amplement ci-après.

Notamment, la production agricole d'énergie bénéficie de l'avantage majeur d'être locale, de contribuer à l'autonomie locale en énergie.

2.6.6 Quelques exemples illustratifs

Voici quelques exemples, glanés dans l'actualité, et qui sont des indicateurs de la révolution alimentaire et agricole qui se met en place, à partir de 2018.

La mayonnaise sans œufs, le blanc de poulet sans poulet... qui sont plus simple a fabriqué, moins couteux, et s'adresseront aux industries du hamburger... et des personnes à faibles niveau de ressources.

Toshiba démarre des usines de production salades, en s'inspirant des techniques des usines de fabrication des microprocesseurs : environnement ultra désinfectés, sans poussière ni bactérie, automatisation totale du processus... et simple adaptation à de la culture hydroponique des salades, de ce qui se faisait pour les micro-processeur. L'atout et l'argument de vente : au japon, la crainte des cultures dans le sol, suite à l'accident de la centrale nucléaire de Fukushima.

Bio-énergie : Global Bioénergies est l'une des rares sociétés au monde et la seule en Europe à développer un procédé de conversion de ressources renouvelables en hydrocarbures par fermentation.

Alimentation avec des insectes : Les insectes comestibles, commercialisés par <http://www.jiminis.com/>. L'avantage des insectes, c'est qu'ils permettent de produire des protéines animales de manière beaucoup plus simple et productive, qu'avec du bœuf ou du bétail. Avec les vers... il n'y a que de la viande, il n'y a pas d'os... c'est beaucoup plus productif.

L'utilisation de nouveaux moyens pour les cultures, comme les purins d'orties, et d'autres plantes, comme fongicide, pesticide, ou engrais. Ces moyens sont des technologies utilisant « mieux » les forces de la nature. En 2013, la commission européenne a autorisé l'utilisation des PNPP (Production Naturelles Peu Préoccupantes) dans l'agriculture, aussi bien professionnelle que chez les particuliers.

2.7 Une transformation du rapport à l'énergie

C'est une évidence, il se passe, en ce moment, une transformation irréversible dans le domaine de l'énergie, sous tendues par des évolutions fondamentales dans les domaines de l'électricité, du pétrole, et des énergies issues de

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cr-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

la bio-masse.


Il s'agit plus de caractériser cette transformation, que de la déclarer, et, plus particulièrement, d'en caractériser les grandes lignes en termes de changement dans le monde et en termes de l'exercice du pouvoir.

En ultra synthétique, voici les points clés développés dans ce chapitre :

- Le monde est en train de sortir du « système pétrole »
 - Ce n'est pas la fin de l'utilisation du pétrole, c'est la fin d'un système, et d'un système de pouvoir qui reposait sur le pétrole.
 - L'approvisionnement en pétrole n'est plus garanti ni sécurisé par l'union des États-Unis et de l'Arabie Saoudite. Ils se disputent entre eux parce que l'approvisionnement du monde en pétrole n'est plus un enjeu intéressant ni une source de pouvoir.
 - La baisse du prix du pétrole est un indicateur flagrant tant de la dislocation de la sécurisation de l'approvisionnement en pétrole que du changement de priorité en termes de source d'énergie et source de pouvoir sur le monde. C'est un indicateur que le monde a changé.
- La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE)
 - La production locale, et de manière indépendante (autonomisation), d'énergie est un avantage majeur.
 - La TIDE est beaucoup plus consistante que la transition énergétique.
 - La TIDE se réalise dans un processus de type anarchique et non contrôlé
- L'électricité... et une ribambelle de sources d'énergies diverses et variées
 - La ribambelle, la multiplicité et la diversité des sources d'énergies
 - Dans la multiplicité, l'électricité est une forme d'énergie qui est privilégiée, quelle que ce soit sa manière d'être produite et utilisée.
 - Le stockage de l'énergie électrique est au cœur de la transformation du rapport à l'énergie.
- La transformation du rapport à l'énergie passe par une autonomisation individuelle de sources d'énergies, et une baisse de la dépendance à des sources d'énergie collective.
 - La production d'énergie (re)devient individuelle ou locale, et c'est en soi, une révolution.
 - La TIDE passe par une autonomisation individuelle ou locale de sources d'énergies.
 - Les PPE : les Petits Producteurs d'Électricité
 - Un nouveau concept : Le potager électrique
- Bio énergies et énergies produites par l'agriculture
 - On consomme plus d'électricité et de carburant que de pain, de viande et de tomates ?
 - La consommation à courte distance favorise la production agricole d'énergie
 - Production agricole d'énergie fondées sur le biologique
 - Production agricole d'énergie sans le biologique
- La transformation du rapport à l'énergie est une des clés de la transformation des moyens d'emprise et de pouvoir sur les populations
 - Couper le cordon : la non-dépendance à la pompe à essence
 - Couper le cordon : la non-dépendance à la ligne de courant électrique centralisé
 - Nouveau cordon : le réseau de communication, téléphone, internet
 - L'emprise et le pouvoir sur les population change de tuyau et de besoin collectif

Ci-après, ces points clés sont succinctement décrits.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.7.1 Le monde est en train de sortir du « système pétrole »

Le monde est en train de sortir du « système pétrole » : ce n'est pas la fin de l'utilisation du pétrole, c'est la fin d'un système, et d'un système de pouvoir qui reposait sur le pétrole.
Dans ce texte, j'appelle ce système le « système pétrole ».

2.7.1.1 La fin de l'ère pétrole

À propos de la fin de l'ère du pétrole, il y a cette phrase, intéressante, du Sheikh Ahmed Zaki Yamani :

« L'humanité n'est pas sortie de l'âge de pierre parce qu'il n'y avait plus de pierres »

Ahmed Zaki Yamani

Le Sheikh Ahmed Zaki Yamani fut le ministre saoudien du Pétrole et des Ressources minérales de 1962 à 1986 et un des ministres à l'OPEP pendant 25 ans.

L'ère du pétrole ne se terminera pas parce qu'il n'y a plus de pétrole.

Mais parce qu'on a trouvé mieux.

2.7.1.2 Une suprématie qui s'était bâtie sur une dépendance collective

Ce qu'il se passe, dans ce virage des années 2014-2015-2016, ce n'est pas tout à fait de la fin de l'ère du pétrole, parce qu'on va continuer à l'utiliser, mais la fin de la suprématie du système pétrole.

Cette suprématie du système pétrole s'était bâtie sur une dépendance totale au pétrole, à tel point que cela a donné une importance et un pouvoir suprême à ceux qui le produisaient, le transformaient, le distribuaient, etc.

La dépendance était telle que le pouvoir des gouvernements dépendait du système pétrole, et que la politique internationale des grandes nations se faisait en fonction du pétrole, etc.

La dépendance était collective.

❖ **Ce n'est pas la fin de l'utilisation du pétrole, c'est la fin d'un système, et d'un système de pouvoir qui reposait sur le pétrole.**

2.7.1.3 L'union des États-Unis et de l'Arabie Saoudite se termine.

Parmi les conséquences de la fin du système pétrole, on peut remarquer que les États-Unis sont en train de lâcher l'Arabie Saoudite.

Une des raisons est la perte de l'intérêt du pétrole, et la fin de la suprématie du système pétrole.

De fait, les États-Unis et l'Arabie Saoudite se disputent entre eux parce que l'approvisionnement du monde en pétrole n'est plus un enjeu intéressant ni une source de pouvoir sur le monde et sur les populations.

Les choses ne se font pas en un jour, mais les signaux sont clairs : l'intérêt pour le pétrole n'est plus ce qu'il a été, et les alliances se défont.

2.7.1.4 La baisse du prix du pétrole : un indicateur flagrant du changement d'ère

En cette fin d'année 2014 et ce printemps 2015, le prix du pétrole a fortement chuté.

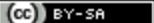
Ce prix bas montre une chose simple, et rarement exprimée : le pétrole, ça vaut pas autant qu'avant. Le pétrole, ça vaut peu.

Le prix bas du pétrole est, il semble, revenu à un prix de production plus la marge « normale » de vente d'un produit « normal ». Avant, le prix du pétrole incluait un supplément pour d'une part une crainte de rareté et de manque, et d'autre part, la prime à la sécurité de l'approvisionnement.

En gros, on payait cher, pour avoir la sécurisation de l'approvisionnement, sans trop s'occuper des détails qui garantissaient l'approvisionnement (alliance US et Arabie Saoudite, guerre multiples, dont celle en Afghanistan et celle en Irak, etc.).

❖ **La baisse du prix du pétrole est un indicateur flagrant, tant de la dislocation de la sécurisation de l'approvisionnement en pétrole, que du changement de priorité en termes de source d'énergie et**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

source de pouvoir sur le monde. C'est un indicateur que le monde a changé.

Cette baisse du prix du pétrole, en fin 2014 et début 2015, est le signal que la transition énergétique est sur les rails, et qu'elle est déjà bien engagée.

Corrélativement, c'est un signal de la fin de la suprématie du « système pétrole ».

2.7.2 La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE)

2.7.2.1 La production locale, et de manière indépendante (autonomisation), d'énergie est un avantage majeur.

En plus d'indiquer la fin de la suprématie du « système pétrole », la baisse du prix du pétrole indique aussi que le monde se détourne progressivement du pétrole, au profit d'autres sources d'énergies.

Les avantages des autres sources d'énergies sur le pétrole sont multiples et importants.

❖ **Parmi les avantages des nouvelles sources d'énergies, la production locale, et de manière indépendante (autonomisation), est un avantage majeur.**

Le pétrole nous faisait dépendre de pays dit producteurs, et lointain. L'approvisionnement en pétrole est collectif.

L'électricité, jusqu'à présent, est inscrite dans les mentalités, comme une production collective, puis une distribution. La dépendance au producteur d'électricité est comme inscrite dans les mentalités.

À l'inverse, par exemple l'électricité à partir du solaire, ou le la biomasse, a l'avantage d'être locale, et indépendant de producteurs étrangers, distants et collectifs.

2.7.2.2 La TIDE est beaucoup plus consistante que la transition énergétique.

La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE) est en train de se faire.

On parle beaucoup de la « transition énergétique ». Elle est le terme employé pour un sorte de mouvement et de volonté par les gouvernements et les institutions.

On peut noter que ni les gouvernements, ni les institutions ne veulent de la fin de la suprématie du « système pétrole », et que la transformation se fait à l'insu de leur plein gré et indépendamment de leurs actions et expressions officielles.

On peut noter aussi qu'aucun de ceux-là ne veulent vraiment de la transition énergétique... sa forme officielle n'est proposée que pour se donner de l'importance, face au population, mais en faisant en sorte que cela ne se produise « pas trop ».

À part peut être quelques exceptions très très rare, d'institutions qui souhaiteraient cela, mais les cas sont tellement rares, et tellement peu puissant, actuellement, dans le magma des gouvernements, et des institutions.

❖ **Le terme de « transition » montre que l'on ménage, en priorité, l'ancien mode de fonctionnement et « l'ancien monde »... au lieu de faire le ménage pour aller de l'avant.**

2.7.2.3 La TIDE se réalise dans un processus de type anarchique et non contrôlé

La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE) se met en place uniquement par des phénomènes anarchiques, non contrôlés...issue d'initiatives à divers niveau, dans la population, les entreprises des uns et des autres, et dans les groupes de personnes qui font germer et grandir les alternatives...

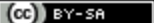
L'une des motivations, implicite voire inconsciente, du développement de la TIDE, sont les puissants leviers d'émancipation qu'elle procure, tant vis-à-vis du « système pétrole », que vis-à-vis de la dépendance à l'électricité produite collectivement et distribuées aux populations.

La « mayonnaise est en train de prendre », parce qu'on secoue le truc longtemps, régulièrement, jusqu'à ce que l'émulsion entre l'huile et le jaune d'œuf prenne.

La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE) se réalisera probablement avec beaucoup de turbulence, de période « secouée », et de tumulte.

Les gouvernements, ni les institutions officielles n'y sont malheureusement pour rien.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

Ils seront secoués, presque tout le temps pris de court et en retard d'un train... tout en essayant de donner des lignes directrices et des autorisations pour essayer de garder le rôle d'initiateur et de responsables de ces transformations.

Les gouvernements et les institutions officielles pourront, pour le moins, tirer avantage du mouvement, en se donnant de l'importance avec cela. Cela pourrait leur permettre de se mettre en valeur, et d'utiliser habilement ces éléments pour faire passer des pilules, mais leur action et leur expressions n'aura malheureusement pas de pouvoir ni d'impact conséquent. Le but, du point de vue d'une « transition » orchestrée par les gouvernements et institutions officielle, c'est seulement d'essayer de faire cela en douceur, lentement... et surtout de « faire croire » à une transition tout en ménageant la situation et les acteurs en place.

La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE) se réalisera probablement avec beaucoup de turbulence, de période « secouée », et de tumulte.

La mayonnaise est en train de prendre, même si cela nécessite, comme pour la mayonnaise, de bien secouer le système, longtemps, et régulièrement.

2.7.3 L'électricité... et une ribambelle de sources d'énergies diverses et variées

Dans cette « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE), on voit apparaître une ribambelle de sources d'énergies, diverses et variées.

On peut citer :

- la bio-masse convertie en chaleur ou électricité,
- le solaire pour l'électricité,
- le solaire pour chauffer de l'eau,
- l'éolien,
- le marée motrice,
- les productions de carburant de type éthanol à partir de cultures, et/ou de déchets,
- l'hydrogène et la pile à combustible
- le stockage de l'électricité par le pompage-turbinage de l'eau, ou les batteries au plomb, ou les batterie au lithium, ou les volant moteur, ou l'hydrogène et la pile à combustible, etc.
- la pile à combustible, avec l'hydrogène, le méthane, le méthanol, ou l'éthanol comme carburant

Cette multiplicité des sources d'énergies, des moyens de production, de stockages, de consommation, contribue à ce foisonnement anarchique et peu contrôlé d'alternatives pour l'énergie.

❖ **Dans ce foisonnement de sources et manières de produire de l'énergie, l'électricité est la grande gagnante, quelle que ce soit sa manière d'être produite et utilisée.**

Le stockage de l'énergie électrique est un domaine clé dans l'évolution et la transformation irréversible du domaine de l'énergie.

La pile à combustible a une place particulière :

- Elle permet de produire de l'électricité à partir d'un carburant
- Elle permet un stockage, de fait, de l'énergie et donc de l'électricité, pour des grandes quantité d'énergie
- Cela ne s'est jamais vu, jusqu'à présent, à part avec les « piles », pour des toutes petites puissances.
- Avec un générateur d'hydrogène par électrolyse, le procédé est réversible.


❖ **Par ces caractéristiques, la pile à combustible apportera une rupture dans le rapport qu'ont les êtres humains, avec l'énergie.**

2.7.4 Autonomisation individuelle ou locale des sources d'énergies – réduction de la dépendance vis-à-vis des sources d'énergie collective

2.7.4.1 La production d'énergie (re)devient individuelle ou locale, et c'est en soi, une révolution

Avant l'utilisation de l'électricité et du pétrole/charbon à grande échelle, les productions et l'utilisation de l'énergie était individuelle ou locale.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

Par exemple, l'énergie de chauffage était le bois, produit et consommées individuellement ou localement.

Une autre source d'énergie était la cire et la paraffine, pour les bougies et l'éclairage, eux aussi produits relativement localement.

Enfin, la troisième grande source d'énergie était le cheval, et le bœuf, pour le déplacement et l'aide aux travaux de la terre. Ils étaient produits et utilisés localement.

Dans tous ces cas, les moyens de production et d'utilisation de l'énergie étaient possédés par les individus, et ne dépendaient que très peu de fournisseurs lointains et centralisés, pour une fourniture collective.

Dans la période 1850 – 2015, avec l'électricité, le pétrole, le gaz et le charbon, la production et l'utilisation de l'énergie s'est faite de manière centralisée, avec une production souvent lointaine, et une dépendance des utilisateurs à une distribution collective par ces fournisseurs.

Avec la TIDE, on voit que :

❖ **La production d'énergie (re)devient individuelle, ou locale, et c'est en soi, une révolution.**

2.7.4.2 La TIDE passe par une autonomisation individuelle ou locale de sources d'énergies.

On peut constater que La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE) passe par une autonomisation individuelle ou locale de sources d'énergies.

Corrélativement, elle passe par une baisse de la dépendance à des sources d'énergie collective.

C'est un constat : l'autonomisation est à la fois un facteur de motivation, et une conséquence de la transformation, par la nature des sources d'énergies qui font la TIDE.

Les sources d'énergie individuelles ou locales sont, par exemple, à titre illustratif :

- Production d'électricité ou de chaleur dans les maisons individuelles, dans des immeubles, dans des locaux d'entreprises (hangars, etc.)
- Maisons ou bâtiments auto-suffisant en énergie
- Production d'énergie locale par des agriculteurs qui fournissent tout ou partie de l'électricité consommée au hameau ou au village voisin.
- Production d'énergie de type gaz ou électricité, au niveau d'une petite ville, par une mini centrale locale (déchets végétaux, photovoltaïque...)
- À terme : mini centrales de production d'électricité, mise en œuvre localement et à proximité d'une petite usine ou site industriel, pour la production.

Corrélativement, la TIDE implique une réduction de l'importance des moyens centralisés et collectifs de production et de distribution de l'énergie.

❖ **Avec La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE), et une énergie qui ne sera plus obligatoirement centralisée et collective, c'est tout un modèle d'affaires (business model), tout un modèle de société et tout un modèle d'exercice du pouvoir qui se transforme.**

2.7.4.3 Un nouveau concept : Le potager électrique

La production individuelle et locale de l'électricité se fera au niveau du particulier, et sur des toutes petites « parcelles ».


La société Une_Entreprise_ou_une_Organisation propose un nouveau concept : Le potager électrique.

Le potager électrique est le concept de la petite production d'électricité, faite par le particulier, chez lui, sur une toute petite parcelle de terrain ou même directement sur son toit.

Cette production lui sert de production personnelle, ou partagée avec quelques relations de type amis, famille, voisins...

Cette production peut être aléatoire, discontinue : elle est utilisée quand elle est là, et sinon, on va s'approvisionner chez des fournisseurs habituels.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

Pour l'électricité, les fournisseurs habituels seront les grands distributeurs (ligne de courant historique), et les producteurs locaux tels qu'un voisin qui revend ses surplus, ou une mini production locale, telles que celles indiquées dans ce documents, aux autres chapitres.

Le potager électrique est une manière de se faire sa propre électricité. Son électricité à soi.

Les raisons et motivations de se faire son potager électrique sont multiples :

- Plaisir de faire soit même, de bricoler, et de produire soi-même pour sa consommation
- Souhait d'autonomisation, à moindre frais, des fournisseurs habituels, et surtout des fournisseurs d'électricité centralisé
- Économie, même si cela sera probablement un critère peu mis en avant

❖ **Le concept de potager électrique est la transposition, dans le domaine de « se faire son électricité », pour sa propre consommation et son voisinage, du potager de fruits et légumes.**

2.7.4.4 Le concept de PPE : les Petits Producteurs d'Électricité

Dès les années 2006-2007, la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation s'est intéressée au concept de PPE : les Petits Producteurs d'Électricité.

Ce concept, né du développement des productions d'électricité par éolien et panneaux solaire, est simple : la production d'électricité n'est plus une question d'énorme centrale et de production centralisée, puis distribuée. De fait, l'électricité peut être produite localement, dans de toutes petites structures.

Le PPE est un producteur de cette catégorie : petite ou micro structure, petite production, consommation locale et de proximité.

Les PPE peuvent paraître un phénomène négligeable, et pourtant il n'en n'est rien.

❖ **Les PPE sont un phénomène important, non pas parle le volume de leur production d'électricité, mais parce qu'ils sont très nombreux.**

La société Une_Entreprise_ou_une_Organisation avait constaté, dès 2006, que quelques dizaines de milliers de PPE pouvaient être comparé, en termes de volume, à la production d'une petite centrale classique.

Si l'on compte les foyers, les agriculteurs, et à terme, probablement, les PME/TPE, on peut vite voir fleurir plusieurs centaines de milliers, ou quelques millions, de PPE, et de fait, l'équivalent en production de plusieurs centrales nucléaires.

Le but de la production et de la consommation, de l'électricité des PPE n'a rien à voir avec ceux des centrales classiques, nucléaires ou pas.

Néanmoins, on voyait déjà, dès 2006, que ces PPE, par leur multiplication, pourrait venir en concurrence des centrales classiques.

Le risque pour les centrales classiques, lié à ces PPE, vient du fait que les besoins d'électricité produite de manière massive et centralisée ne serait plus aussi volumineux. Seuls ceux qui ont besoin de production massives, et centralisés (industrie, trains...) serait des clients assurés. Les autres, les petits consommateurs, deviendront probablement, à terme, des clients « occasionnels et versatiles ».

Dans un business plan, et une stratégie commercial, voir une population de client passer d'un besoin fondamental et incontournable, à un besoin occasionnel, ça change beaucoup la donne.

Globalement, et malheureusement, la multiplication des PPE pourrait, à terme, mettre en péril les business plan et la rentabilité, des investissements dans les centrales classiques. Ce risque est d'autant plus délicat à évaluer, que les investissements dans les centrales, surtout nucléaires, sont engagés sur des durées de plusieurs dizaines d'années.

❖ **Globalement, quelques millions de PPE viendront gréver les besoins et consommations de quelques centrales électriques classiques. De fait, cela pourrait perturber les plans d'investissement, sur un très long terme, de l'électricité produite de manière centralisée.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cr-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.7.5 Bio énergies et énergies produites par l'agriculture

Dans ce chapitre, il est considéré comme évident ce que sont les Bio énergies, et les énergies produites par l'agriculture, dont font partie l'électricité par éolienne et panneaux photovoltaïque.

Un détails sur ces énergies est précisé dans les paragraphes ci-dessous, avec une classification des sources d'énergie fondées sur le biologique, et celles non fondées sur le biologique.

2.7.5.1 On consomme plus d'électricité et de carburant que de pain, de viande et de tomates ?

Un être humain consomme des aliments pour obtenir à la fois de l'énergie et des constituants pour son corps. Et pour ce faire plaisir, mais ce n'est pas le sujet ici.

Un être humain consomme de l'énergie, en plus de celle provenant de ses aliments.

Dans le monde moderne, dans les sociétés du monde développé, la consommation en énergie, en plus des aliments, est beaucoup plus grande que celle en aliments.

Ceci se vérifie, même si dans les sociétés modernes, les aliments demandent beaucoup plus d'énergie que précédemment, par exemple avec les tomates cultivées sous serre chauffée en hollande, et importée en France (et oui... on fait cela...).

La question peut paraître étonnante : « On consomme plus d'électricité et de carburant que de pain, de viande et de tomates ? ».

Elle a le mérite de mettre sur un même plan la consommation d'énergie en dehors des aliments, et celle provenant des aliments.

L'agriculture et la biologie s'occupe beaucoup de produire des aliments, mais, jusqu'à présent, peu de production d'énergie.

Les Bio énergies sont reliées à l'agriculture par les aspects biologiques.

❖ **Quand on relie l'agriculture et les bio énergie, il devient intéressant de comparer la consommation en énergie hors aliments, de celle en énergie par les aliments, des populations. Les enjeux et grandes masses donnent à penser que l'agriculture se développera dans la production d'énergie, en parallèle de la production d'aliment.**

2.7.5.2 La consommation à courte distance favorise la production agricole d'énergie

Dans le chapitre : « La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE) », et plus précisément dans le paragraphe : « La production locale, et de manière indépendante (autonomisation), d'énergie est un avantage majeur. », il a été constaté que l'un des avantages majeur des nouvelles sources d'énergie et de la TIDE, c'est la consommation locale d'une énergie produite localement et de manière indépendante.

L'autonomisation est un élément majeur de la TIDE.

Avec la TIDE, l'énergie sera produite et consommée localement, et de manière indépendante, par les particulier, par les PME/TPE, par les ETI (Entreprises de taille intermédiaire), par les collectivités et organisations locales, par les villages... et par les agriculteurs.

Les agriculteurs seront favorisés par cet aspect de la TIDE : ils pourront produire et auto consommer, comme produire et fournir à la consommation à courte distance, pour des populations à proximité.

❖ **Les agriculteurs et le monde agricole aura une position et un rôle favorisé dans la production et la consommation à courte distance de l'énergie.**

Quelques exemples :

- un agriculteur ou quelques agriculteur produisent en photo voltaïque l'électricité d'un hameau, ou du village.
- Un agriculteur produit du carburant (éthanol, méthane), avec de la biomasse issue de ses culture, ou de déchets issue de l'entretien du territoire. Ce carburant est utilisé localement, par l'agriculteur, ou une entité voisine (particulier, PME, collectivité...).

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

À noter : pour la bio-masse, des centrales de production d'énergie ont été mises en place, par exemple à Auch, au centre du Gers. L'inconvénient important de ces centrales, c'est qu'elles sont centralisées, et qu'elles demandent de transporter la bio-masse sur des trop grandes distances. Elles perdent en efficacité, et perdent l'avantage de la production et consommation locale.

À noter : cette production et consommation d'énergie par les agriculteurs et les populations à proximité existent déjà dans des domaines similaire :

- La production d'électricité en éolien ou en photovoltaïque, notamment sur les toit des hangars des fermes, qui est reversée dans le réseau, pour distribution « locale ».
- Les « circuit directes », dans la grande distribution, qui propose dans les rayons des hypermarchés des produits venant directement des producteurs locaux.

❖ **La production et consommation de l'énergie de manière locale, et indépendante de gros producteurs centralisé, sera particulièrement favorisée pour le monde agricole, et son habitude à approvisionner localement les populations.**

2.7.5.3 Production agricole d'énergie fondées sur le biologique

On peut relier le monde agricole avec les aspects de la biologie. C'est une évidence.

Cela s'applique pour les productions d'énergie, par le monde agricole.

On trouve, parmi les production d'énergie fondées sur le biologique, et produites par le monde agricole :

- Les bio-carburants, produit à partir de culture de colza, maïs, etc. puis transformé en éthanol ou autres carburants
- La transformation de la bio-masse : transformation de matière végétale, de déchets ou de culture, en gaz, et autres carburants. Cela inclut notamment la transformation du bois en éthanol, et toute une ribambelles de variantes.

2.7.5.4 Production agricole d'énergie sans le biologique

On peut relier le monde agricole avec certaines productions d'énergies, qui n'impliquent pas le biologique. C'est moins une évidence qu'avec le biologique, mais c'est un constat flagrant.

Le lien se fait via la notion de « terres » et de terrain, ainsi que de mixte entre des cultures et des productions d'énergies.

On trouve, parmi les production d'énergie sans le biologique, et produites par le monde agricole :

- La production de force motrice ou d'électricité, par éolienne. La force motrice est utilisée souvent pour pour le pompage de l'eau, mais ce n'est qu'un exemple parmi d'autres. Les éoliennes sont en général disposées dans les champs, avec les cultures en même temps.
- La production d'électricité par panneaux photovoltaïque, tant sur les toits des bâtiments agricoles (hangars, étables...) qu'en plein champs ou surfaces de terrain à la campagne. Cela inclut notamment la pose de panneaux solaire sur un terrain qui continue a être aussi utilisé « en dessous », pour des cultures.

Dans les deux cas, on constate que les productions d'énergie ne sont pas de nature biologique (matière vivante), mais sont mises en œuvre, parfois, avec des cultures sur les mêmes surfaces.


2.7.6 La transformation du rapport à l'énergie est une des clés de la transformation des moyens d'emprise et de pouvoir sur les populations

Comme cela a été vu, une emprise et un pouvoir très puissant s'exerçait et continue à s'exercer, en s'appuyant sur les sources d'énergies, et les modalités de fournitures de ces énergies.

On a vu ces moyens de pouvoir avec le « système pétrole », mais aussi avec la production centralisé d'électricité, et la dépendance à ces producteurs.

Avec la TIDE (Voir le chapitre : « La « Transformations Irréversible du Domaine de l'Énergie » (TIDE) »), et la transformation du rapport à l'énergie, c'est aussi les moyens de pouvoir et d'emprise sur les populations qui se

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cr-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

transforment.

- ❖ **La TIDE et la transformation du rapport à l'énergie n'est pas le seul facteur des changements dans les sources de pouvoir et l'emprise sur les populations, mais c'est une des clés de ces changements.**

Dans le domaine de l'énergie, avec la TIDE, les acteurs individuels ou de petite taille prennent de l'indépendance. Ils s'autonomisent, par rapport à un modèle de fourniture d'énergie qui était centralisé.

2.7.6.1 Couper le cordon : la non-dépendance à la pompe à essence

En ce moment, en 2015, on voit que le monde s'achemine clairement, non pas vers la fin de l'utilisation du pétrole, mais vers la fin du « système pétrole ».

Voir le chapitre : « Le monde est en train de sortir du « système pétrole ».

Un des exemples flagrants se constate avec l'arrivée et le développement de la voiture électrique, auxquels s'ajoutent les scooters et vélos électriques.

La dépendance totale à la pompe à essence, pour les voitures, est en train d'être remise en question.

Avec la fin du « système pétrole », la fourniture en pétrole n'est plus une sorte de monopôle et un moyen de pouvoir sur les populations (états, nations, populations).

Avec la voiture électrique, les populations s'affranchissent du besoin presque vital de la pompe à essence.

- ❖ **Le cordon ombilical de la pompe à essence va être coupé. Ou, pour être précis, certains couperont le cordon ombilical de la ligne électrique...**

2.7.6.2 Couper le cordon : la non-dépendance à la ligne de courant électrique centralisé

Jusqu'à ces dernières années, toute la production électrique était centralisée.

Le modèle était une grosse centrale, et une distribution à chacun de cette électricité produite collectivement.

Ces dernières années, depuis déjà deux décennies, la production électrique par des petites entités s'est développée.

Elle est produite par les petites entités, tels que les particuliers, les TPE/PME, les agriculteurs... que la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation appelle les PPE : les « Petits Producteurs d'Électricité ».

La production par les PPE était le plus souvent revendue, et réinjectée dans le réseau de distribution collective. Cette revente et utilisation collective représentait le plus souvent 100 % de la production.

Depuis quelques années, commence à se développer l'auto-consommation.

Avec l'auto-consommation, arrive enfin la production et consommation locale, affranchie de la production centralisée et de la distribution collective de l'électricité.

Corrélativement, la production et consommation locale ne veut pas dire que l'on se passe totalement des producteurs et distributeurs collectifs.

- ❖ **Avec la production et consommation locale d'électricité, le fournisseur d'électricité « collective » passe du statut de fournisseur principal et indispensable, à un fournisseur secondaire, et dispensable.**
- ❖ **Le cordon ombilical de la ligne électrique va être coupé. Ou, pour être précis, certains couperont le cordon ombilical de la ligne électrique...**


2.7.6.3 Décomposition des anciens moyens de pouvoir et d'emprise sur les populations

- ❖ **Par l'indépendance et l'autonomisation que procure les nouvelles sources d'énergie, on peut dire que la Transformation Irréversible du Domaine de l'Énergie décompose et défait les anciens moyens et les anciennes modalités de pouvoir et d'emprise sur les populations.**

Rome ne s'est pas faite en un jour. La décomposition des anciens moyens de pouvoir sur les populations ne plus. Cela prendra du temps, mais le mouvement est lancé.

Le chapitre suivant présente plus complètement les changements dans les moyens d'emprise et de pouvoir sur les

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

populations.

2.8 Un changement de moyens d'emprise et de pouvoir sur les populations

2.8.1 Donner du pouvoir aux population, et prendre le pouvoir sur les populations

- ❖ **On peut constater dans l'histoire de l'humanité que les ressources, les technologies, les territoires, etc. ont souvent servi d'une part à donner du pouvoir aux populations, et d'autre part, pour certains qui en contrôlaient l'accès, à prendre un pouvoir sur les populations.**

Un exemple typique, récent, est l'informatique, et certaines très grosses compagnies : elles donnent du pouvoir aux personnes, et en même temps, elles prennent du pouvoir sur ces populations.

Cela s'est constaté, dès les années 1980, avec les entreprises qui fournissent les ordinateurs, les systèmes d'exploitation, etc.

On peut constater la même chose avec certaines ressources, comme l'électricité, le pétrole, ou, à d'autres période de l'Histoire, les terres agricoles, la protection du seigneur sur les paysans, etc.

Ce mécanisme de pouvoir est classique. Il s'est appliqué ces dernières décennies.

Actuellement, les transformations irréversibles, et conséquentes, dans certains domaines, bouleverse les support et moyens pour cette mécanique de pouvoir. De fait, la distribution et l'assise du pouvoir est en plein chamboulement.

2.8.2 Un changement dans les moyens et les supports, pour les domaines d'emprise et de pouvoir sur les populations

Comme on l'a vu au chapitre concernant l'énergie, deux cordons ombilicaux important sont en train d'être coupé, en tout cas par une partie des populations.

Voir le chapitre : « 2,6,7 La transformation du rapport à l'énergie est une des clés de la transformation des moyens d'emprise et de pouvoir sur les populations ».

Il s'agit du cordon de la pompe à essence pour les voitures et scooter, et le cordon de la ligne électrique de courant produit de manière centralisée.

D'autre part, de nouveaux cordons ombilicaux se mettent en place.

Ces nouveaux cordons sont décrits ci-après.

2.8.2.1 Nouveau cordon ombilical : le réseau de communication, téléphone, internet

Un nouveau cordon ombilical est mis en place, depuis plusieurs années : le réseau de communication, de téléphone fixe et mobile, et d'internet.

La ligne de téléphone fixe, devenue ligne ADSL pour l'internet, puis la ligne de fibre optique (jusqu'à la résidence ou le local d'entreprise) va devenir un nouveau cordon ombilical.

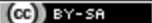
L'accès au réseau de téléphonie mobile, ou d'internet par satellite, sont d'autres forme de cette dépendance à l'accès et l'échange d'information, via une sorte de « cordon ombilical ».

On peut aussi ajouter, les accès et échange d'information avec les réseaux de type informationnels (et non pas télécoms), tels que les réseaux sociaux, les mailing lists, les sites de rencontres, etc.

- ❖ **L'ensemble des réseaux informatiques et télécoms sont une manière d'avoir créé un cordon ombilical entre d'une part les personnes, les entités comme les entreprises, les associations, les organisations... et d'autre part un réseau collectif centralisé.**

On notera que les réseaux sociaux sont en général des services fournis de manière centralisée. Cette

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

centralisation n'est pas une nécessité : un réseau social peut se bâtir de manière non centralisé. L'avantage de la centralisation est, comme pour les centrales électrique, qu'elle permet d'établir un lien de dépendance à un fournisseur unique. Ce fournisseur unique revêt (ou obtient) de fait un rôle de pouvoir sur les populations.

2.8.2.2 Nouveau cordon ombilical : un réseau d'approvisionnement en électricité pour les voitures

Il se pourrait que des réseaux de « prises électriques », à disposition sur les voies publiques, permettent d'approvisionner les voitures et scooter électrique en électricité.

Cela créerait un nouveau cordon ombilical.

Est-ce que ce type de réseau se mettra en place, et de manière centralisé ?

Est-ce que ce type de réseau se mettra en place, de manière non centralisé pour la production et fourniture de l'électricité, et centralisé uniquement pour les droits d'accès à cette approvisionnement ?

Il semble que la deuxième option soit la plus probable : un foulditude de PPE et de gros producteurs d'électricité, qui fournissent de l'électricité à des voitures, en étant affilié à un réseau commercial. Le client peut avoir l'électricité, s'il a un compte d'achat de l'électricité, dans ce réseau.

On retombe alors dans un réseau de type « réseau de service, d'applications, et de données », tels que décrits ci-après.

2.8.2.3 Nouveau cordon ombilical : des réseaux de services, d'application et de données

De nos jours, les services se multiplient et deviennent une activité prépondérante des activités économique et sociétales.

Les applications informatiques, associées à des services, sont devenues le lot commun.

Ces applications génèrent énormément de données, associées aux services qui sont fournis.

L'ensemble de ces trois composantes constituent ce que nous appellerons des « réseaux de services, d'applications et de données ».

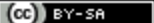
Ces réseaux sont en plein essor, au côtés des réseaux sociaux, et des réseaux informatique et omelette.

❖ **Les réseaux de services, d'application et de données seront eux aussi un support et un moyen de pouvoir et d'emprise sur les populations.**

Pour citer quelques exemples de ces réseaux de services, d'application et de données :

- Service et applications informatique de télédéclaration diverses, dont les TVA, impôts, etc. aux administrations
- Service et applications diverses, pour les taxis, les réservations d'hôtels, de voitures de location,
- Les services et applications des cartes d'accès aux transport en commun, ou aux vélos en libre-service dans les villes. Ces services répertorient les déplacements, les usages, les habitudes d'activités, les présences sur tel ou tel secteur, etc.
- Les services et applications médicales, et associés aux besoins et traitements médicaux
- Les services de journaux, de radio et d'informations diverses proposées par les média. Ces services sont souvent associées à des services corrélatifs, pour, par exemple, faciliter l'envoi d'information trouvées intéressantes, à des amis, en donnant simplement leur adresse email, etc.
- Les services d'achat de produits de consommation, pour « faire ses courses », par les services de retrait en magasin, ou de livraison à domicile.
- Les services de transports de colis, pour l'envoi de colis, mais aussi pour les services associés à la réception des colis.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.8.2.4 Nouveau cordon ombilical : les moyens de paiement et les réseaux de circulation de l'argent

L'argent est une information.

Avant, il y a longtemps, l'argent était un moyen de représenter une valeur, souvent raccordée à la valeur d'une quantité de métal précieux, l'or... ou bien justement l'argent métal.

Ensuite, l'argent a été un moyen de représenter une valeur, raccordée à une dette. On est encore en partie dans ce système-là.

Elle a pris alors un statut plus informationnel, puisque le support était la reconnaissance d'une dette, et donc une information (immatérielle), plutôt qu'un morceau de matière (or, argent).

Depuis quelque temps, l'argent est devenu une information, en tant que telle.

Elle n'est plus vraiment raccordée ni à une quantité de matière qui a de la valeur, ni à des dettes.

Elle devient une information qui dit que globalement, les populations, ou certaines personnes en tout cas, font confiance à un certain système, pour informer que telle ou telle entité possède telle ou telle quantité d'argent, ou, autrement dit, possède telle valeur.

La monnaie, représentation et outil de manipulation de l'argent, est devenue une information, qui représente une certaine valeur, dans un système d'échange et de confiance qu'accorde les populations, à cette représentation d'une valeur. Ce système repose avant tout sur la confiance accordée par les populations, sur un système dans lequel l'information argent représente une valeur reconnue.

Et toute cette argent-information circule joyeusement, ou représente des valeurs qui, elles, ne circulent pas (capital, immobilier, entreprises...).

De nos jours, l'argent-information n'est plus qu'un système d'échange d'information et de confiance entre des entités.

Les « sous-jacent », à savoir les choses matérielles qui sont parfois considérées comme représentées par l'argent, n'a plus d'importance, et il est souvent inexistant.

L'inexistence du sous-jacent est particulièrement révélée dans certaines situations, telles que :

- Dans les achats et ventes de produits financier, avec des effets de leviers importants.
 - Le sous-jacent est particulièrement inexistant quand, par exemple, les achats et ventes se font dans des périodes très courtes, comme une journée.
 - Et sans parler des achats – ventes faites par le trading haute fréquence.
 - Qu'il y ait du blé, du pétrole, une action d'entreprise, un ensemble immobilier, en sous-jacent de ces transaction, n'a aucune importance.
- Dans les sommes d'argents qui sont la contre-partie de dettes non solvables qui ne seront jamais remboursées. C'est en particulier le cas de la dette de certains états. Le sous-jacent n'existe plus... il ne reste qu'une sorte de confiance qu'accordent les populations qui utilisent cet « argent ».

Bien entendu, il reste une part de l'argent qui est reliée à un sous-jacent, dans la réalité humaine.

Cependant, ce qui est important, pour notre propos, c'est de voir que l'argent n'est même plus raccordé à une dette, et qu'elle devient, de plus en plus, seulement une information représentant une valeur, dans un système de confiance entre des entités et des populations.

❖ **Les moyens de paiement, et les réseaux de circulation de l'argent, s'ils sont centralisés, mettent en place, de fait, un moyen et un support, pour le pouvoir et l'emprise sur les populations.**

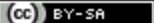
Les moyens de paiements ne sont pas forcément centralisés : dans le monde, pour l'instant, il y a par exemple deux acteurs pour les cartes bancaires internationales. Il a été évoqué la nécessité d'en avoir un troisième.

Les monnaies, et l'émission, comme la circulation de l'argent, n'est pas forcément centralisé, comme le montrent le bitcoin, ou les différentes monnaies dans le monde.

❖ **Si cela n'est pas constaté systématiquement, les moyens de paiement, et les réseaux de circulation de l'argent, sont très souvent centralisés.**

Ces moyens et support pour le pouvoir et l'emprise sur les populations existaient déjà. Cependant, ils deviennent prépondérants, et importants dans le monde d'aujourd'hui et de demain.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

La traçabilité, et la transparence, qu'ils offrent, est décuplé : les moyens de paiement deviennent, progressivement, un des meilleurs moyens disponible, pour tracer une activité : le lieu, la date et l'heure, et la transaction effectuée, sont d'excellentes informations, qui n'étaient pas disponibles, avant, avec l'argent liquide, et pour les transactions d'un petit montant.

❖ **Enfin, pour conclure, les moyens de paiements et les réseaux de circulation de l'argent sont une sous catégories des multiples « des réseaux de services, d'application et de données », mais ils en sont une catégorie majeure en termes d'efficacité, et de mise en place à court terme.**

2.8.2.5 L'emprise et le pouvoir sur les population change de tuyau et de besoin collectif

D'un côté, certains cordons ombilicaux sont coupés : le tuyau de la pompe à essence pour les voitures, la ligne de courant électrique (pour l'électricité produite de manière centralisée).

D'un autre côté, des cordon ombilicaux d'un nouveau type ont commencé à se mettre en place, et se développent massivement.

On note parmi ces nouveaux types de cordons ombilicaux :

- les télécoms : ligne ADSL, fibre optique, antennes et téléphone mobile...
- Les réseaux de services, d'application et de données : services de télédéclaration avec les administrations, services médicaux et de soins, services d'abonnement et d'accès aux transports en commun, service d'achats de produits de consommation courante et de retrait en magasin, etc.
- Les moyens de paiement et les réseaux de circulation de l'argent

Ces nouveaux cordons sont des moyens simples et évidents, pour avoir une emprise et un pouvoir sur les populations.

Ils offrent beaucoup de pouvoir aux personnes et entités, et en retour, ils permettent de prendre un pouvoir et établir une emprise sur les populations.

❖ **Ce changement de cordon, c'est-à-dire ce changement de tuyau et de besoin, changent la manière dont le pouvoir et l'emprise sur les populations peut s'exercer.**

Ces réseaux et cordons sont mis en place pour faciliter les choses et les activités des personnes, et nullement pour prendre le pouvoir. Le pouvoir résulte de leur nature, intrinsèque, et n'est pas forcément utilisé.

❖ **Le point important de ce chapitre n'est pas de remettre en question les notions de pouvoir et d'emprise sur les populations, mais seulement de pointer que ces notions s'exercent via des tuyaux, des supports, des moyens et des besoins différents que pendant les décennies précédentes.**

2.9 Et voilà !... on a presque fait le tour de l'environnement et des tendances générales

Et voilà !.....

L'environnement et les tendances générales ont été décrites dans ce chapitre (2. Grandes lignes de l'environnement et des tendances).

Ils sont un ensemble volumineux et conséquent d'informations et de résultats d'analyse sur environnement actuel et à venir.

Les points qui ont été présentés sont ceux qui concernent directement les activités de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.

2.9.1 Quelques autres tendances, non décrites dans ce document

D'autres tendances, dans d'autres domaines ou sur d'autres situations, font aussi partie du tableau général des tendances pour les années à venir.

On peut noter, parmi les tendances qui n'ont pas été décrites, ces quelques tendances suivantes :

2.9.1.1 Le fonctionnement de manière discret, besogneux, méticuleux, parcimonieux, sans faire de vague

Depuis les années 1965, une tendance s'est mise en place : celle du fonctionnement de manière discret, besogneux, méticuleux, parcimonieux, sans faire de vague.

C'est une tendance de fond, qui est plus ou moins présente suivant les périodes, au fil du temps, mais en restant toujours importante.

Cette tendance est très différente de celle de la période d'avant 1965, qui se caractérisait par une grande violence, et une manière de passer par l'affrontement directe, frontal et physique, pour régler les problèmes (guerres mondiales, etc.).

Avec la tendance depuis 1965, la manière de fonctionner est d'éviter de faire des vagues, de ne pas taper du poing sur la table, quand quelque chose ne va pas, et de procéder de manière discrète, besogneuse, méticuleuse.

Une des grande force de cette tendance, est notamment l'administratif, les fonctionnaires, et quelques thématiques comme l'informatique, le travail (besogneux) et le service.

Un exemple éloquent est l'Europe, qui est bâti en tant qu'une administration, avec des fonctionnaires, avant d'être bâtie dans une dimension politique.

Cette tendance n'est pas directement utile pour le plan d'évolution de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation, et n'a donc pas été décrite dans ce document.

2.9.1.2 Un saut dans de nouvelles formes de prospérité matérielles

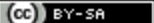
« Un saut dans de nouvelles formes de prospérité matérielles » : c'est une tendance lourde qui démarrera vraiment à partir de janvier 2018.

On a le temps, parce que ces choses là ne se font pas non plus en un changement clic-clac en un jour... donc on commence à en voir les prémises déjà en 2015, et c'est intéressant.

Cela a été évoqué, avec la révolution alimentaire et agricole qui se dessine, et par le changement de rapport à l'énergie.

Une des tendances lourdes, qui n'a pas été décrite, et le bouleversement dans le rapport à l'accumulation, au conservatisme, et d'autre part, à la circulation et aux flux. L'accumulation de richesse sera bouleversée, au profit du flux de richesse et de la circulation des richesses... et aux dépens de la pérennité et de la sécurisation des acquis sur un moyen ou long terme.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.9.1.3 La valeur travail, le service, le conservatisme qui se fait passer pour du libéralisme, la sociale démocratie, le socialisme libéral...

C'est une tendance de fond, bien marquée... et ce sont des tendances qui sentent mauvais.

Elles ne sont pas importantes, pour l'évolution de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation, et donc n'ont pas été décrites.

C'est une tendance de fond... qui se voit, par exemple, dans le langage et l'utilisation, depuis quelques années, du mot « travail » à toutes les sauces.

Les médias, les ministres et les dirigeants eux-mêmes adorent cette expression : ils travaillent..., les ministres "travaillent"... les dirigeants "travaillent"... (on est sauvé !...).

Dans le domaine culturel, on ne dit plus qu'un metteur en scène à fait une mise en scène réussi : on dit « c'est un très bon travail ! ».

2.9.1.4 L'individuel et le collectif sont en clash

C'est une tendance lourde aussi, qui est déjà en place depuis 2012-2013, et qui durera au moins jusqu'en 2018.

Cette tendance prend d'autant plus d'importance, qu'elle permet d'outrepasser les paradoxes apparents de celle de « forme-d-anarchie-et-patchwork », c'est-à-dire d'un monde qui présente des formes d'anarchies, et d'un patchwork d'entités et de groupes, plutôt qu'un monde uniforme, ordonné et stable (par le conservatisme entre autre).

Cette tendance permet de voir la cohérence, au-delà du paradoxe apparent dans un monde qui présente des formes d'anarchies et de patchwork.

Cette tendance est aussi, par elle-même, très intéressantes. Cependant, elle n'est pas directement ni véritablement nécessaire pour le plan d'évolution de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.

2.9.1.5 La nouvelle puissance passe par le relationnel, l'harmonie, la justice, la transparence sociale

C'est une tendance de fond aussi, qui a pris son essor en particulier en mars-avril 2014.

Elle était déjà là, depuis quelques années, bien entendu... cependant, elle a pris son essor en mars-avril 2014, avec beaucoup de puissance, et apparait justement de manière plus flagrante.

cette tendance... avec celle de « forme-d-anarchie-et-patchwork », semblent très antinomique... et pourtant, on peut les comprendre et les intégrer, grâce à celle : « l'individuel et le collectif sont en clash » (cf le chapitre précédent).

2.9.1.6 Des nouvelles formes d'emprises et de pouvoir s'affirment puissamment

Cette tendance est surtout intense en 2014-2015... cependant, même si elle est intense seulement durant ces deux années, elle est très importante pour les années qui suivent par les conséquence des mises en places de nouveaux systèmes de pouvoir qui ont eu lieu.

C'est une tendance qui a été en partie décrite, dans un des chapitres précédent.

Cette tendance est un des axes par lequel passe la transformation irréversible des structures et des institutions... et au final, le changement de société, puis le changement de civilisation dans les années qui viennent.


Cette tendance est plus vaste que la partie décrite dans ce document. La partie décrite est celle qui est utile, directement, pour le plan d'évolution de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.

2.9.2 L'importance des tendances et de l'environnement

Le monde, depuis quelques années (2008), est entré dans une transformation irréversible des structures et des institutions

Depuis juillet 2014, en plus de cette transformation très bouleversante, les derniers cadres qui maintenait les systèmes et les choses en place, ont été enlevé. Le conservatisme ne tient plus la situation en main, et le monde

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

évolue de manière débridée et sans cadrages.

Cette sortie d'une période de conservatisme et d'immobilisme, au niveau mondial, et qui a duré un peu plus longtemps que « normalement », fait du bien. Cela a évité des situations qui allaient tourner à l'auto destruction et l'auto effondrement, du fait de l'immobilisme et de l'étouffement par le conservatisme.

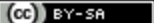
Cette période s'accompagne par des fins de règnes, qui s'effondrent doucement, par déliquescence progressive. Ces fins de règne, par déliquescence, ne sont jamais reluisantes.

Dans le même temps, une tendance à des formes d'anarchies et des patchworks d'entités et de groupes hétéroclites, plutôt qu'un monde uniforme, ordonné et stable.

Dans ce genre de situation et d'évolution, il est important de bien discerner les caractéristiques de l'environnement, et les tendances d'évolutions, pour inscrire et piloter une activité de manière cohérente, constructive, efficace, et prospère.

- ❖ **L'importance de ce chapitre tiens au fait, simple, que dans un monde en très forte évolution, il est particulièrement important de tenir compte de l'environnement général et les tendances d'évolutions, pour définir la stratégie et piloter l'activité de l'entreprise de manière pertinente et efficace.**
- ❖ **Ces éléments sur l'environnement général et les tendances d'évolutions sont en quelque sorte le système de navigation (carte et GPS) et les informations sur les courants (marins) et la météo, de façon à pouvoir piloter au mieux.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.10 En synthèse, les grandes lignes d'évolutions à venir

Pour faire une brève synthèse, qui sera réutilisée pour étudier et définir les évolutions de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation dans les années à venir, voici quelques grandes lignes d'évolutions à venir.

2.10.1 Le développement des technologies s'oriente vers plus d'incarnation, avec une descente dans la matérialité.

Après une première période de développement des technologies de l'information (1965 – 2015), le développement des technologies s'incarne plus, et descend dans la matérialité.

Cette descente dans la matérialité inclut :

- La continuation du développement de l'informatique des données, et des médias : le big data, la diffusion de contenus sonores et vidéo, les réseaux sociaux
 - Le développement des Technologies de l'Information et des Média (les TIM), avec la robotique, les drones, les imprimantes 3D
 - Le développement des technologies dans des domaines matériels et « terriens », avec une nouvelle révolution agricole et révolution alimentaire
 - Le développement des technologies dans les domaines de la production et de l'utilisation de l'énergie. Le changement du rapport à l'énergie, avec la réduction de la production centralisée, au profit de la production individuelle et locale de l'énergie, et notamment l'énergie électrique se fera avec un déploiement de nouvelles technologies.
 - Le développement des technologies dans le domaine des bio-technologies, au profit de la révolution agricole et de la révolution alimentaire, mais aussi dans le domaine de la santé et de l'augmentation des facultés du corps humain.
- ❖ **En synthèse, il y aura un mouvement de la technologies vers des domaines plus terriens, plus incarnés, alors que ceux-ci avaient été, jusqu'à présent seulement effleurés.**

2.10.2 Le modèle de prospérité évolue vers plus de flux, de circulation et moins d'accumulation

Les évolutions et tendances, concernant :

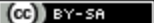
- L'innovation, et le conservatisme,
- Les modifications entre l'énergie produite et consommée de manière centralisée/distribuée, ou locale
- Les changements de rapport à l'énergie, et notamment les aspects du stockage de l'énergie électrique
- La rupture dans les modèles de distribution et de vente des produits et des services
- Les modifications entre l'énergie produite et consommée de manière centralisée/distribuée, ou locale

peuvent se synthétiser, globalement, dans une modification du modèle de prospérité, vers plus de flux, de circulation, et moins d'accumulation.

Le capital, qui est de la richesse accumulée, sera moins important (et moins fiable) que par le passé, et la mise en œuvre, la capacité à réaliser, et les réalisations à court terme, sans objectif de rentabilité à long terme (ou de rente) seront favorisés et plus intéressants (y compris au sens financier).

- ❖ **En synthèse, les flux et la circulation de la richesse, via les monnaies ou d'autres formes, seront privilégiées, et les accumulations seront sources de soucis. Cette évolution remet fortement en question le modèle précédent, qui privilégiait le capital, la rente, et l'accumulation des richesses (pour elle-même).**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

2.10.3 Une transformation irréversible des institutions qui secoue fortement le monde et passe par des « forme-d-anarchie-et-patchwork »

L'ensemble des évolutions et tendances décrites, et celles non décrites, dénote d'un monde fortement secoué par une transformation irréversible des structures et des institutions.

Dans la période précédente, avant 2008-2014, le conservatisme a tenu la situation dans un immobilisme et une tentative d'éviter l'évolution.

Ce conservatisme a tenu tant qu'il a pu, au-delà du raisonnable, puis il a lâché subitement.

Le choc et la rapidité de la libération secoue le monde.

Depuis 2014, les innovations et les évolutions se font de manière crescendo, et on peut constater une perte de contrôle par les institutions. Corrélativement, les institutions obsolètes, qui ont perdu leur crédibilité et/ou leur moyens d'action, s'effondrent.

D'autres institutions sont en train d'émerger, et de poser un nouvel ordre du monde.

La société humaine, au niveau mondial, est en train de se redéfinir.

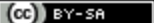
Une nouvelle civilisation va commencer à émerger, dans les années qui viennent.

Cette transformation se passe dans un choc phénoménal, et dans une forme d'anarchie qui est débridée.

La technologie et l'innovation ne sont que la partie visible de l'iceberg.

En termes d'évolution du monde, la transformation se fait en passant par des « forme-d-anarchie-et-patchwork », c'est-à-dire d'un monde qui présente des formes d'anarchies, et un patchwork d'entités et de groupes, plutôt qu'un monde uniforme, ordonné et stable.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3. ÉVOLUTIONS ET ORIENTATIONS DE L'ACTIVITÉ DE LA SOCIÉTÉ UNE_ENTREPRISE_OU_UNE_ORGANISATION

3.1 Les questions clés pour l'évolution de l'entreprise

3.1.1 Comment faire de la technologie ? et avec quelles technologies ?

Les tendances décrites dans le chapitre précédent changent la donne, en termes de technologie et de prestations en technologie.

Quand on étudie les conséquences de ces deux tendances :

- « Retournement de proportion et de rôle, entre l'innovation et le conservatisme »
- et « Dans un monde de dingues, les facteurs rassurants et stabilisants sont valorisés »,

Alors, on s'aperçoit que l'innovation ne payera plus !

C'est embêtant, pour une société qui fait des prestations d'expertise en technologie, et qui avait l'habitude de « tirer le jus » de l'attrait et de la convoitise que représentait l'innovation, dans un monde conservateur.

Alors, avec ces évolutions du monde, que faire des technologies ?

Ou plutôt, la question est : comment faire de la technologie ?

Si on ajoute, la prise en compte des tendances suivantes :

- Une « descente » ou « incarnation » des domaines de l'informatique, de l'information, et de la communication, dans le plan matériel et le plan de la réalité tangible
- « Nouvelle révolution alimentaire et agricole »
- « Une transformation du rapport à l'énergie »

❖ **Alors la question est : comment faire de la technologie et avec quelles technologies ?**

3.1.2 Quelles orientations pour l'activité de conseil ?

L'activité de conseil, à base de technologie ou pas, était orientée sur l'innovation, l'accompagnement du changement, et globalement sur le fait d'aider les entreprises à changer.

Quand on étudie les conséquences de ces trois tendances :

- « Retournement de proportion et de rôle, entre l'innovation et le conservatisme »
- « Dans un monde de dingues, les facteurs rassurants et stabilisants sont valorisés »,
- et « Une rupture dans les modèles de distribution et de vente des produits et des services »

Alors, on s'aperçoit que la manière de faire du conseil, et d'orienter le conseil, doit être transformée.

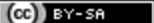
Le conseil pour aider à innover, et pour pousser au changement, n'est plus nécessaire aux entreprises et organisations : le changement est poussé de lui-même, souvent plus fort que ce que ne souhaiterai les entreprises et les organisations.

Par ailleurs, la technologie et l'innovation ne sont que la partie visible de l'iceberg des transformations profondes et irréversibles du monde.

Le conseil sur les technologies sera plus intéressant, s'il est complété par un conseil sur d'autres dimensions, pour accompagner ces changements et évolutions.

❖ **La question est : quelle orientation, pour l'activité de conseil de l'entreprise et quels compléments de conseil, en plus du conseil en technologie ?**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.1.3 Quelles marchés, quels segments de clients et quel positionnement marketing ?

Les clients actuels de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation sont les très grandes entreprises, en général située à Paris et dans les grandes villes.

Lors des transformations irréversibles des institutions, et dans les turbulences générale ambiante, correspondant à des « forme-d-anarchie-et-patchwork », les grands groupes et les administrations sont les plus lourds à faire évoluer, et les moins agiles pour faire les évolutions requises par les transformations.

Les chocs sont d'autant plus intenses pour grand groupes et les administrations. Ils sont plus impactés et secoués que les entreprises et les organisations plus petites.

Globalement, dans une période de grande perturbation comme actuellement et pour les années à venir, il est plus risqué d'avoir une seule catégorie de clients.

Il est aussi plus risqué de mener une seule sorte d'activité, sur un seul marché.

Enfin, le positionnement marketing de l'innovation, de la pointe de la technologie, devient dangereux : il revient à mettre de l'huile sur le feu... ce qui pourrait faire fuir les clients plutôt que les faire venir.

- ❖ **La question est : quels segments de clients, quel marché, et quel positionnement marketing, pour élargir l'assise commercial et l'activité de l'entreprise ?**

3.1.4 Comment renforcer l'assise et la bonne marche de la société Une Entreprise ou une Organisation ?

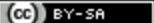
La société n'a pas une assise suffisante.

Ceci est d'autant plus gênant que les perturbations dans l'environnement sont imprévisibles et parfois même simplement difficiles à voir.

Pour palier à un environnement imprévisible et difficile à voir, il est nécessaire de renforcer l'assise de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation, et de stabiliser sa bonne marche.

- ❖ **La question est : comment renforcer l'assise et la bonne marche de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation, dans un environnement imprévisible et parfois difficile à voir ?**
- ❖ **Cette question clé est une question globale, qui inclut de multiples facettes. Le plan d'évolution est une réponse, probablement non exhaustive, des orientations prévues pour y répondre.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.2 Les grands axes privilégiés d'évolutions des activités de la société Une Entreprise ou une Organisation

L'évolution de l'activité de la société Une Entreprise ou une Organisation sera conduite selon deux axes :

- Faire de la technologie, sans être l'innovateur, et en focalisant sur la stabilité
- Activité de conseil et d'accompagnement « Navigation et météo »

Ces deux axes sont développés dans les 2 chapitres suivants.

3.2.1 Faire de la technologie, sans être l'innovateur, et en focalisant sur la stabilité

3.2.1.1 Ne plus être l'innovateur, mais accompagner l'usage pertinent des technologies

Comme vu dans la description des tendances et de l'environnement, on entre dans une période dans laquelle l'innovation sera un moyen d'avoir le pouvoir, mais ne permettra pas de « tirer du jus ».

Les technologies sont souvent associées à la notion d'innovation, mais elles ne sont pas forcément de l'innovation.

On peut faire de la technologie, accompagner les entreprises, les particuliers, les organisations, à faire et à utiliser de la technologie, sans être un innovateur.

Une autre manière de le dire est : « laisser l'innovation avancer par elle-même, ou par les autres... et accompagner le mouvement, sans pousser ce mouvement d'innovation. ».

- ❖ **Les prestations d'expertise, sur des technologies, sont alors positionnées comme un accompagnement, dont le but est l'usage des technologies, et pour profiter des avantages des technologies, mais pas pour innover.**
- ❖ **Ce positionnement est alors une sorte de mode passif, vis-à-vis de l'innovation. La technologie n'est pas mise au service de l'innovation, elle est mise au service de l'usage, pour la stabilité et la pérennité.**

À titre illustratif, on peut comparer ce mode-là avec celui de la période des années 1990-2010.

Dans cette période, le conservatisme régnait. Il avait le pouvoir. L'innovation était un aiguillon qui venait bousculer le conservatisme. L'innovation produisait des valeurs ajoutées importantes, mais elle n'avait pas le pouvoir.

Dans cette période, la technologie était mise au service de l'innovation, comme outil, et comme support, pour jouer ce rôle d'aiguillon, tout en maintenant un discours lénifiant, pour brosser le conservatisme dans le sens du poil.

Il s'agissait d'une sorte de mode passif, vis-à-vis du conservatisme.

L'exemple le plus flagrant et intéressant de cette mécanique, a été la bulle spéculative, de la « net économie », en fin des années 90 et début 2000.


Cette bulle était une manière d'endormir le conservatisme dans une soi-disant rentabilité à 15 % des actifs, au nom des formidables promesses des technologies, pour mieux mener les avancées technologiques, tout en profitant des finances des conservateurs.

La « net-économie » n'était pas financée par des innovateurs, elle était financées par, et pour, des conservateurs. Le seul problème important, c'est que les conservateurs n'ont pas réussi à maintenir les choses en place, et que l'échappée a mal tournée, d'un point de vue financier et capitalistique.

Le mode passif, vis-à-vis du conservatisme, a consisté à prétendre mettre la technologie au service du conservatisme, alors qu'il ne s'agissait que de profiter de ses atouts, notamment sans son obsession des gains financiers, pour mener les avancées technologiques, au chaud, sous couvert du conservatisme, mais pas pour servir le conservatisme.

Corrélativement, et avec la même stratégie, le positionnement, dans la manière de faire de la technologie, à partir de 2015, sera de faire de la technologie sans être un innovateur, sans la mettre au service de l'innovation.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.2.1.2 Utiliser les technologies, dans une orientation de stabilité

L'innovation ne paie plus, cependant, les facteurs de stabilité seront le moyen d'attirer l'attention, les convoitises, et de « tirer le jus ».

❖ **Faire de la technologies en accompagnement, avec la mise en avant d'une stabilité, d'une pérennité, sera le moyen de pratiquer l'expertise en technologie, d'une manière profitable.**

Un exemple : le conseil sur une technologie sera fait, non pas pour pousser à l'innovation, mais au contraire pour rassurer sur les technologies les plus stabilisées ou qui offriront des moyens de stabiliser les situations.

Un exemple encore plus précis : comment réparer ou adapter un équipement technologique, plutôt que pousser à renouveler en innovant « encore une fois ».

Un exemple général, pour aider à piloter des activités à forte composante technologique : dans ces cas-là les prestations d'expertises en technologies, pour la stabilité et pour rassurer dans les situations, pourront, par exemple, consister à fournir une sorte de « système de navigation et de météo », dans le foisonnement des technologies et des innovations, en perpétuel mouvement.

La manière de pratiquer et de fournir du conseil et du service en technologie, sera de s'appuyer sur les facteurs de stabilités, sur les approches rassurantes et stabilisatrices, pour préconiser et mettre en pratique la technologie.

3.2.1.3 Un catalogue de technologies, et un focus sur l'adaptation et l'utilisation au mieux

Pour ne pas être l'innovateur, et s'orienter vers un accompagnement rassurant et stabilisant de la technologie, il est préférable :

- De ne pas focaliser sur un seul domaine d'expertise, ni de le pousser au maximum (ce qui est une stratégie d'innovateur)
- De multiplier les domaines d'expertise
- D'utiliser au mieux les synergies entre les différentes technologies
- Focaliser sur l'adaptation des technologies, et leur utilisation au mieux dans divers contextes

❖ **Globalement, cela consiste à investir en expertise sur un catalogue de technologies, à proposer des prestations de conseils sur le choix et l'utilisation au mieux de ces technologies, et de focaliser sur l'adaptation des technologies.**

C'est l'inverse de miser sur une seule technologie, la pousser à fond, et pousser l'innovation avec.

3.2.1.4 Synthèse du positionnement, pour faire de la technologie

La question est : Comment faire de la technologie ?

La réponse est :

- Ne plus être l'innovateur, mais faire de la technologie avec un focus sur la stabilité, et l'usage profitable des technologies et des innovations
- Utiliser les technologies pour leurs capacités de stabilisation des situations, et de facteur rassurant
- Passer en multi-technologies et expertise sur plusieurs domaines de technologies, avec un catalogue de technologies
- Renforcer l'assise de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation, par la diversification sur plusieurs technologies, et par l'exploitation des synergies entre les différentes technologies.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.2.2 Les technologies au catalogue, pour la société Une Entreprise ou une Organisation

La question est : Comment faire de la technologie ? et avec quelles technologies ?

Voici la liste des technologies que la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation met dans son plan d'évolution, pour les années 2015-2030.

Cette liste est le résultat des réflexions menées, en tenant compte :

- Des tendances décrites au chapitre 2, avec les Technologies de l'Information et du Matériel, la révolution agricole et alimentaire qui se dessine à l'horizon, le changement de rapport à l'énergie, et notamment l'énergie électrique, etc.
- L'environnement de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation, avec notamment la mise à profit des éléments ruraux et terroir.
- Les affinités de son dirigeant, pour certaines technologies plus que d'autres.

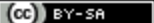
La liste des technologies n'est pas exhaustive, et n'est pas non plus une obligation de réalisation :

- C'est une liste qui indique les technologies potentiellement intéressantes, pour développer les activités de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation dans un sens pertinent par rapport à l'environnement et les tendances d'évolution du monde.
- Par ailleurs, c'est une liste qui indique des expertises technologiques qui seront a priori acquises et exploitées, au fil des 15 années à venir.

Les expertises seront développées, a priori, dans ces technologies et domaines :

- Les diverses formes de productions, de stockage, de distribution et d'utilisation de l'électricité : solaire photovoltaïque, éolien, par transformation de la bio-masse... en distribution locale et auto-consommation.
- Les diverses technologies et savoir faire, dans les domaines de la révolution agricole et de la révolution alimentaire, telles que décrites dans les chapitres à ces sujets. Notamment, sans que cette liste ne soit exhaustive :
 - Les techniques de cultures et de productions agricoles, et les expertises associées
 - Par exemple les techniques de permaculture, d'utilisation des composts, les techniques de culture sur « lasagnes », les techniques de cultures sans pesticides, etc.
 - Les techniques et produits pour remplacer les pesticides chimiques classiques, qui seront interdit d'utilisation pour les particuliers et les mairies, à partir de 2016,
 - Les techniques et synergies avec les systèmes de gestion de l'eau
 - Les techniques de conserve des aliments sans additifs chimiques
 - Les techniques de transformations et de conservation des aliments, du type confitures, coulis, stérilisation, alcool, salage, poivrage, sans les procédés « industriels modernes ».
 - L'expertise technologique et marketing pour les commerces de produits terroirs, avec notamment, les aspects de commerce par internet associés aux aspects terroirs
- Les diverses technologies des Technologies de l'Information et du Matériel (TIM), dont, les drones, les robots, les imprimantes 3D, les objets connectés (IoT), l'internet des objets, etc.
- Les systèmes de gestion de l'eau, et d'irrigation, qui utilisent une synergie entre les technologies de « TIM », l'utilisation de l'électricité produite localement, et la révolution agricole.
- Les technologies et savoir faire dans les domaines agricoles, concernant l'utilisation de techniques nouvelles, de techniques en contact avec le naturel et le vivant, et de techniques bio, pour les cultures et les productions agricoles. Par exemple :
 - les purins d'orties, de presles, etc.
 - la production et l'utilisation des composts,
 - l'agroforesterie et les cultures sous les arbres
 - les techniques de permacultures, les « lasagnes », etc...
- Les technologies utilisées pour la récupération des déchets, et l'exploitation des déchets, notamment ceux de la bio-masse.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

- Technologies et savoir faire pour la récupération et le broyage de la bio-masse
- Synergie des technologies de production locale d'énergie, et celles de récupération et broyage de la bio-masse.
- Exploitation de bio-masse pour faire de l'énergie, de l'éthanol, des composts, des purins ou d'autres produits

➤ À titre d'exemple illustratif, voici un cas, qui pourra typiquement donner lieu à une expertise et des prestations

L'exemple pris pour illustrer est celui du robot tondeuse à gazon.

La prestation de conseil et d'expertise peuvent se faire :

- pour l'achat de la machine,
- pour la mise en service, et la programmation des zones de tontes,
- pour la recharge, et le réglage du fonctionnement, etc.

La prestation de conseil et d'expertise peut aussi être développée pour étendre l'usage, par exemple de la production d'électricité par du panneau solaire.

L'utilisation d'un Robot tondeuse à gazon, avec une station de recharge solaire, couplée à l'alimentation de la maison est un atout : la recharge de la tondeuse se fait lorsqu'il y a des surplus de production d'électricité.

La batterie de la tondeuse est une manière de stocker efficacement de l'électricité, pour des tâches qui ne nécessitent pas un timing sous contraintes et des impératif d'opération à tel ou tel moment.

Ces possibilités demanderont de l'expertise pour la mise en place de ces moyens et pour le réglage du fonctionnement :

- Installation électrique solaire,
- Couplage intelligent avec le chargeur du robot tondeuse,
- Application de suivi du bon fonctionnement et d'alerte en cas de souci, etc. ...

3.2.3 Activité de conseil et d'accompagnement « Navigation et météo »

La technologie et l'innovation ne sont que la partie visible de l'iceberg des transformations profondes et irréversibles du monde.

Le conseil sur les technologies sera plus intéressant, s'il est complété par un conseil sur d'autres dimensions, pour accompagner ces changements et évolutions.

Les autres dimensions sont :

- Le pilotage et le management des entreprises, des organisations, ou toute entité.
- L'accompagnement sur le plan humaniste, des personnes

Globalement, et sur un plan pratique, ce conseil consiste à fournir de quoi éclairer les situations, à élaborer les stratégies, et à mettre en pratique les orientations décidées.

- ❖ **Dans un monde en transformation intense, ce conseil s'apparente à une sorte de système de navigation (GPS + Carte + itinéraire en temps réel), et d'informations de météo, sur l'environnement, le territoire, les tendances et évolutions globales en cours.**
- ❖ **Cette sorte de système de navigation et d'informations de météo, concerne et s'applique à une entreprise, à une organisation, ou des personnes elles-mêmes.**
- ❖ **Les mots clés de ce conseil sont : éclairer, guider, fiabiliser, rassurer.**

3.2.3.1 Conseil « Navigation et météo » pour le management et le pilotage des organisations

Typiquement, ce conseil sera fourni aux entreprises et organisations, pour le management et le pilotages de leur activités. Il leur facilitera leur évolution et les bons résultats dans leurs activités, dans un monde mouvant et en innovation permanente.

Ce conseil pourra inclure du conseil sur les domaines de technologies, mais aussi dans d'autres domaines, tels que management, logistique, financier, ressources humaines, etc.

Le focus est de fournir un conseil d'accompagnement, de type « navigation et météo », et ce conseil s'applique quel que soit le domaine d'application.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.2.3.2 ***Conseil « Navigation et météo » pour les personnes***

Ce conseil sera fourni aux personnes pour résoudre des problèmes ou des situations délicates, pour élargir leur conscience et appréciation des situations, et pour favoriser leur évolution personnelle,

Il leur facilitera la résolution des soucis, et leur évolution dans leurs activités, et dans leur état d'être, dans un monde mouvant et en forte évolution.

3.2.3.3 ***Conseil « Navigation et météo » associé au conseil en technologie***

Le conseil en technologie est celui de la mise en place de technologies sur un plan pratique et technique. Il pourra être complété par du conseil « Navigation et météo », appliqué au domaine des technologies.

Dans les années à venir, la technologie et l'innovation ne sont que la partie visible de l'iceberg des transformations profondes et irréversibles du monde.

❖ **Un conseil en stratégie, sur des aspects plus généraux que la technologie, et pour fournir un pilotage efficace et stabilisant dans un monde en profonde transformation, sera un atout et un complément important de l'offre de conseil en technologie.**

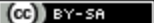
Ce conseil sera fourni pour le pilotage à moyen et long terme des projets dans les technologies, pour la maîtrise de la réalisation technologique, dans un monde mouvant et innovant en permanence, ou encore pour aider à la décision, sur des enjeux importants liés à des technologies.

❖ **Ce conseil « Navigation et météo » dans le domaine des technologies pourra être appliqué sur un plan stratégique, comme sur un plan pratique et presque quotidien de la mise en service et de l'utilisation des technologies.**

➤ Un exemple typique de ce conseil « Navigation et météo » sur un plan pratique, dans les technologies :

- L'achat des produits comprenant de la technologie, dans un souci de pérennité des investissements, et de fiabilité de l'achat, dans un monde mouvant.
- Ce service répond aux questions : où acheter ?, comment acheter ?, quel produit choisir ?... face à des commerces en boutique ou sur internet, qui sont mouvants, et face à des offres de produits sans cesse mouvante et complexe.
- Ce service est découplé de l'activité du vendeur (magasins, vendeurs sur internet...) et vient compléter sa fonction de vente, de manière indépendante, intègre et à forte valeur ajoutée pour le client comme pour le vendeur.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.3 Le positionnement marketing général des activités de Une Entreprise ou une Organisation

3.3.1 Une offre de service de conseil et de réalisation, en tiers indépendant, intègre et de grande qualité

- ❖ **Le positionnement marketing de l'activité de Une Entreprise ou une Organisation est le même que depuis une dizaine d'années : conseiller et fournir du service sur la technologie, en tant que tiers indépendant, intègre et de grande qualité, aussi bien pour l'achat, la mise en œuvre, la réalisation de certaines parties, que pour la réparation.**

La différence avec les années précédentes, c'est que ce positionnement va être encore plus favorable, dans les années à venir.

Le besoin d'un conseil indépendant, intègre, et rassurant se développe énormément, dans une période de fortes turbulences générales, et avec des produits qui demandent de plus en plus de service associés.

Pour l'anecdote :

- Ce positionnement était motivé par un besoin d'indépendance, et un besoin d'intégrité dans le service fourni.
- Aujourd'hui, et pour les années 2015 – 2030, ce positionnement devient une force, dans l'axe des tendances d'évolution et l'environnement général du monde.

Ce positionnement permet, d'une part, de continuer un positionnement qui tient à cœur à l'entreprise, et d'autre part, à partir de 2015, lui permet d'inscrire son activité dans l'environnement général et les tendances d'évolutions globales.

Voir le chapitre : « 2.1 Inscrire l'activité de la société Une Entreprise ou une Organisation dans l'environnement général et les tendances d'évolutions ».

3.3.2 Le marché du conseil et du service sur des technologies, ou sur la « navigation et météo » d'une situation

Ce chapitre décrit quelques facettes, sans être exhaustives, de ce marché, pour la société Une Entreprise ou une Organisation.

3.3.2.1 Un marché volumineux, pour la société Une Entreprise ou une Organisation

Les besoins de ces conseils et services, pour accompagner les projets et les réalisations de tous types, pour les entreprises, les organisations, et les particuliers, sont en forte hausse :

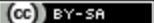
- La nouveauté et la complexité de la technologie, des produits et des situations à manager, renforce le besoin de faire appel à du conseil et du service
- L'évolution rapide du monde, et la rupture dans le domaine de la vente des produits et services, font une situation de manque d'entreprises et d'offres de services, notamment localement en région rurale

Par ailleurs, en plus de cette forte hausse par le besoin, les orientations de la société augmente la surface de son marché :

- La diversification des domaines d'application du conseil en technologie, et l'extension sur de nouveaux domaines, augmentent la taille du marché pour la société Une Entreprise ou une Organisation
- L'ajout des segments de marchés des PME/TPE et des particulier (cf le chapitre ci-dessous) augmente le marché globale pour la société Une Entreprise ou une Organisation

- ❖ **Dans un monde en forte turbulence, le marché du conseil, pour accompagner les projets et réalisations, avec de la technologie, et avec du conseil sur le pilotage et le management des situations... est volumineux.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

- ❖ **Pour la société Une Entreprise ou une Organisation, l'extension de ses domaines d'activités et l'ajout de nouveaux segments de marché, augmentent globalement son marché, notamment avec un marché local et de proximité.**

3.3.2.2 Les segments de ce marchés, pour la société Une Entreprise ou une Organisation

Dans un monde en forte turbulence, et en innovation permanente... le besoin de conseil tel qu'il sera fourni par la société Une Entreprise ou une Organisation s'est élargi à d'autres segment que celui des grandes entreprises et administrations.

Le marché d'expertise et de conseil sur les technologie, ou sur la « navigation et météo » est décomposé selon les segments suivants :

- Les grandes entreprises, les grandes administrations, grandes organisations
 - C'est le segment des clients que la société a déjà pratiqué depuis sa création
 - Le segment des petites entreprises, administration et organisations locales
 - Ce segment comprend les PME et TPE, notamment celles du secteur agricole, les petites associations locales, et les petites administrations locales (mairies, syndicat des eaux, DDE, etc.)
 - Ce segment de client est demandeur de conseil et de suivi, sur les technologies de ses machines et équipements,
 - Il est aussi demandeur de conseil et de suivi de réalisation, avec les expertises et savoir faire dans les domaines biologique, agricole, de la révolution agricole et alimentaire qui se prépare.
 - Le segment des particuliers
 - Ce segment comprend, notamment, sans que cela soit exhaustif, les populations de classes moyenne, et les populations fortunées par exemple qui possèdent une résidence secondaire ou du patrimoine immobilier en campagne.
- ❖ **La société Une Entreprise ou une Organisation développera ses actions commerciales sur ces trois segments de marchés, en adaptant sur chacun les approches marketing, de communication, et de vente. Notamment, le segment des PME et TPE, et celui des particuliers, sera mis en place et développé par une démarche locale.**

3.3.2.3 Les avantages de ces segments de marchés

L'ensemble de ces segments couvre un marché beaucoup plus varié et étendu que celui, unique, de la société Une Entreprise ou une Organisation, dans les années avant 2015.

- ❖ **Ce marché, plus varié et étendu, offre des avantages essentiels, pour la société Une Entreprise ou une Organisation, dans l'environnement mouvant des années à venir. Cette diversification de clientèle est incontournable pour la société, dans les années à venir.**


Les avantages sont décrits ci-après :

- Une meilleure stabilité et fiabilité commerciale, par rapport à un marché unique de grandes entreprises, sensible aux fluctuations économiques globales, et non maîtrisable par la société Une Entreprise ou une Organisation
- La possibilité de bâtir une action commerciale et de faire les vente, via un tissu relationnel locale, fondé sur la proximité et la confiance. Ceci est un atout majeur, dans un monde en forte turbulence, et en mouvance permanente.
- Une capacité à fournir les services de manière locale, avec une productivité et une simplicité favorable, par rapport aux services aux grandes entreprises, uniquement située dans les très grandes villes.

3.3.2.4 Le marché du conseil en technologie, vendu séparément du produit

Comme cela a été vu dans le premier grand chapitre sur l'environnement et les tendances générales, le conseil

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

peut et doit souvent se vendre indépendamment du produit.

Un marché se développe, dans ce domaine, comme décrit ci-après.

Ce marché, de la fourniture du conseil et du service, indépendamment de la vente du produit, se développe à partir de deux problèmes que rencontre les vendeurs de produits :

- Problème de conflit d'intérêt flagrant
- Problème d'insuffisance du conseil et du service fournis pour les produits actuels

➤ Problème de conflit d'intérêt flagrant

« Méfie-toi des proverbes chinois » Proverbe berrichon.

Comme pour ce proverbe berrichon, on peut dire : « Méfie-toi de ceux qui conseillent ce qu'ils te vendent ».

Les conseils prodigués par les installateurs de matériels technologiques... sont souvent, malheureusement, entachés du conflit d'intérêt d'être à la fois conseil et fournisseur du produit concerné.

Avant, dans un monde stabilisé et conservateur, on pouvait encore s'appuyer sur la confiance.

Aujourd'hui, ce n'est plus le cas.

Le pire exemple est celui des banquiers, qui ont été tant décriés pour la « proposition » et le conseil sur les produits financiers.

Il y a beaucoup d'autres exemples, moins mauvais, mais ils ne sont pas jolis non plus.

➤ Problème d'insuffisance du conseil et du service fournis pour les produits actuels

Le deuxième problème, avec les conseils fournis par ceux qui vendent et installent le matériel, c'est que la complexité des produits, et le besoin de service a explosé ces derniers temps.

Les vendeurs et installateurs de produits ne peuvent plus fournir un conseil/service de qualité, inclus dans le prix de vente du produit.

Cela a été vu au chapitre : « 2.4.2 Avant, le service était inclus dans la vente du produit, aujourd'hui ce n'est plus possible ».

Avec la complexification technologique des produits, de fait, la partie service et conseil demande une activité dédiée, indépendante de l'activité de vente, et réalisée par des personnes dédiées et spécialisées sur le conseil et le service.

- ❖ **Le marché de la fourniture de service, à côté et indépendamment de la vente des produits, est en plein développement.**
- ❖ **La société Une Entreprise ou une Organisation fournira du conseil, de l'expertise et du service de réalisation, dans ce marché.**

3.3.3 Un positionnement marketing très « terroir et convivialité »

Dans le chapitre sur les tendances et l'environnement (chapitre « 2. GRANDES LIGNES DE L'ENVIRONNEMENT ET DES TENDANCES »), on peut prélever ces deux tendances importantes :

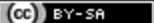
- 2.2 Retournement de proportion et de rôle, entre l'innovation et le conservatisme
- 2.3 Dans un monde de dingues, les facteurs rassurants et stabilisants sont valorisés

À ces deux tendances, on peut ajouter ces deux là :

- 2.5 Une « descente » ou « incarnation » des domaines de l'information
- 2.6 Nouvelle révolution alimentaire et agricole

Dans cet environnement, un positionnement marketing très « terroir et convivialité » est une bonne orientation, pour vendre et développer les activités de l'entreprise.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.3.3.1 Description succincte du positionnement marketing très « terroir et convivialité »

L'aspect terroir inclut :

- Le local, la proximité : une image locale, et une manière de vendre via des approches locales, en misant sur la proximité
- L'authenticité et l'intégrité : des valeurs d'authenticité et d'intégrité, une image et une réputation de qualité obtenue par l'authenticité et fiabilisé par l'intégrité
- La fiabilité : le bon sens, la rigueur terrienne se traduit par une réputation de fiabilité.
- Le terrien : le bon sens terrien contrebalance la complexité technologique et la complexité d'un monde qui bouge et évolue très vite
- Le sentiment rassurant : la tradition, le sentiment des choses qui viennent du passé et qui durent, donne un sentiment rassurant

L'aspect convivialité inclut :

- Le relationnel : le marché est un lieu d'échange et de convivialité, la prospection et la relation commerciale s'appuie beaucoup sur le relationnel
- Le local, la proximité : la relation est établie et maintenue, de manière fluide et régulière, par la proximité et le facteur rassurant de la présence locale
- Les relations fluides et ouvertes : les relations, la démarche commerciale, et la présence sur un marché sont établies et entretenues par une approche ouverte, fluide, sympathique et animée

Le positionnement marketing très « terroir et convivialité » est l'association de ces deux thématiques, et de toutes ces composantes.

Il inclut une image, ainsi qu'une réputation de proximité, d'authenticité, pour fournir des services de qualité et rassurants, établies et maintenues par des relations fluides, ouvertes, dans la convivialité.

Il inclut une fourniture de service de conseil et de technologie qui sont pointus, avec une simplicité dans l'approche et dans la manière de le fournir.

Il propose et vend des services technologiques pointus, en les associant à des images et des manières de les fournir, qui sont rassurantes, locales, et authentiques.

Il n'empêche pas d'utiliser les moyens marketing habituels pour vendre des services en technologies, ou pour communiquer, tels que par exemple l'internet, etc.

3.3.3.2 Quelques exemples et avantages du positionnement marketing très « terroir et convivialité »

Le marketing très « terroir et convivialité » a l'avantage principal d'apporter une image rassurante, de proximité et une crédibilité commerciale, dans un monde en évolution permanente et instable.


Par exemple :

- L'aspect traditionnel, proximité, et authenticité rassure. Il facilite la présentation d'une offre de service concernant de la technologie.
- La convivialité favorise la proximité, et l'établissement d'un réseau relationnel. Cela facilite la prospection, et crédibilise les actions commerciales ou conclusions de ventes.

Les avantages secondaires sont :

- Un positionnement en phase avec les services proposés :
 - De la technologie sans pousser l'innovation, l'utilisation du meilleur des technologies, sans subir l'instabilité, etc.
 - Des technologies et des services en phase avec l'environnement, la vie, et une informatique qui « descend » et « s'incarne » sur le plan matériel
- Un marketing qui n'est pas agressif, pour communiquer et mener les actions commerciales : cela permet de développer les affaires avec une écologie de la vente et des services fournis.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

- Une image originale, qui dénote, et permet d'attirer l'attention des prospects et des clients

3.3.4 Une communication et une prospection locale et simple

Dans l'axe du marketing très « terroir et convivialité », la communication et la prospections se feront, notamment, selon des manières locales et simples.

- ❖ **La communication se fera de manière locale, et simple. Elle sera mise en place et entretenue avec des moyens traditionnels et/ou moderne, et en privilégiant la simplicité, la souplesse, la légèreté des moyens engagés et surtout l'efficacité du message plutôt que l'apparat.**

À titre d'exemple, des affichettes mises dans les commerces locaux (boulangeries, coiffeurs, pharmacie...) et sur les panneaux d'affichages de petites annonces, par exemple dans les supermarchés.

Les affichettes seront faites avec une simple imprimante, pour avoir, notamment, la souplesse de modifier souvent le texte, la présentation, sans avoir le problème d'un stock d'affichettes imprimées une fois pour toute. La gestion de ces affichages sera faite sous l'égide de la souplesse, la légèreté et l'efficacité du contenu du message plutôt que l'apparat et la forme autour du contenu.

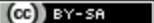
Des sites internet, sur divers domaines, seront faits pour communiquer sur les offres de services, mais aussi autour des offres de services, sur des sujets et des domaines corrélatifs, pour animer la communication et la présence de l'entreprise. Notamment, les sites permettront de faire une communication orientée sur le local, et sur la proximité.

La prospection commerciale sera faite de manière locale, avec des affichages dans les commerces, des sites internet qui indiquent une présence et une offre de service locale, des affichettes déposées dans les boites aux lettres, etc.

- ❖ **La prospection commerciale sera faite dans la simplicité et la convivialité, en s'appuyant sur un réseau relationnel, sur le bouche à oreille, et sur l'opportunité des contacts et des rencontres de clients potentiels.**
- ❖ **Une animation et des rencontres seront favorisées par l'organisation et la tenues d'évènements d'animations diverses et d'activités diverses, à but de rencontre, de sensibilisation aux produits et services et de présentation des services de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.**

Ces orientations et ces moyens n'empêchent pas d'utiliser les moyens marketing habituels pour communiquer, présenter l'offre, prospecter et vendre, tels que par exemple l'internet, etc.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

3.4 Une assise renforcée pour la bonne marche de la société Une Entreprise ou une Organisation

Une assise renforcée pour la bonne marche de la société Une Entreprise ou une Organisation, dans les années à venir, passe par de multiples facettes.

Ce chapitre présente quelques facettes, sans être exhaustif. L'important est de poser des points clés, et des facettes importantes, pour l'assise de la société.

3.4.1 Multi-technologie et conseil en « navigation et météo »

Les services et conseils proposés par la société vont être étendus à de nombreuses technologies, et à une offre de conseil du type « navigation et météo » dans les situations.

Cet élargissement et application du savoir faire, à des domaines multiples, renforcera l'assise de la société, face aux évolutions imprévisibles et rapides des technologies, et de leurs applications, dans un monde en évolution permanente.

Ces éléments ont été abondamment décrits dans les chapitres précédents.

3.4.2 Diversification des segments de clients

Les services et productions de la société vont s'adresser à des segments de clients plus divers et étendus, que précédemment.

Ces éléments ont été abondamment décrits dans les chapitres précédents.

❖ **L'orientation vers des populations et des segments de clientèles étendus, renforcera l'assise de la société, face aux évolutions imprévisibles et rapides des marchés et des besoins des clients, dans un monde en évolution permanente.**

3.4.3 Stabilisation par un marketing très « terroir et convivialité »

Le marketing très « terroir et convivialité », et les marchés locaux, ont des caractéristiques de marketing et d'activité « posée, terrienne, traditionnelle, et matérielle ».

Ces éléments ont été abondamment décrits dans les chapitres précédents.

Par ces caractéristiques, ils sont des facteurs de stabilisations de l'activité et des ventes de la société

3.4.4 Stabilisation par la pratique et l'expérimentation des technologies sur le terrain

L'expertise s'acquiert par les aspects théoriques, les connaissances, et aussi par la mise en pratique et l'expérimentation et la pratique des technologies.

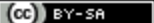
La société Une Entreprise ou une Organisation a toujours bâti son expertise tant par les connaissances théoriques, que par une pratique, et une expérimentation sur le terrain et en cas réels, des technologies.

Ces expérimentations seront menées sur le terrain, en vrai grandeur, pour acquérir l'expertise sur les multiples technologies.

La pratique sur le terrain est nécessaire pour deux raisons majeures :

- Avec les nouvelles orientations, les prestations de conseil et service en technologie, ne poussent plus l'innovation, mais proposent plutôt une utilisation stable et rassurante des technologies. Cela demande encore plus une pratique, fiable et rassurante, pour développer et proposer l'expertise.
- Avec les nouvelles orientations, les technologies privilégiées par la société Une Entreprise ou une Organisation sont orientées sur la matière, et sur le terrain, plutôt que sur le conceptuel et l'informationnel.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

- Les technologies de l'information s'incarnent plus dans la matière, et demande de pratiquer les expérimentations sur le terrain, et non plus seulement devant un écran.
- C'est le cas des robots tondeurs, des drones, des systèmes d'irrigation pilotés, des imprimantes 3D, des productions d'électricité par le solaire, ...

La pratique et les expérimentations sur le terrain demandent plus d'investissements, et apportent aussi, corrélativement, par l'inertie dans la matière, plus de stabilité par rapport aux évolutions rapides dans les technologies.

❖ **Un terrain et une maison seront utilisés par l'entreprise, pour les expérimentations et la pratique des technologies, et acquérir l'expertise concrète de l'utilisation de ces technologies.**

La pratique et les expérimentations sur le terrain passera par l'utilisation d'un terrain et d'une maison, pour mener les expérimentations :

- tant à l'extérieur : pour la production électrique, pour le chauffage par le bois, pour l'irrigation, pour les robots jardinier, pour les techniques de cultures (purins d'orties, etc.).
- qu'à l'intérieur : pour la domotique, pour la régulation informatisée du chauffage, pour la connexion dans la maison (Lifi, box, ...), pour la régulation de la consommation d'électricité, pour la rénovation technologique et intelligente dans les bâtis anciens, pour les robots domestiques (aspirateurs, etc.)

La mise en pratique réelle, sur le terrain, en vrai grandeur, sera un facteur de puissance dans l'expertise, ainsi qu'un facteur de maîtrise et de crédibilité, dans les prestations de conseil, de services, et de réalisation de la société, pour ses clients.

❖ **L'acquisition de l'expertise sur le terrain, avec une pratique sur un terrain et dans une maison, renforceront l'assise de l'expertise, de l'activité, et de la société dans son ensemble.**

3.4.5 Stabilisation par un marketing et une communication via du tangible

Dans un monde en évolution permanente, le marketing rassurant, très « terroir et convivialité », passe par du tangible, du concret, et de la communication par des moyens matériels.

Ce marketing, et cette orientation pour le conseil et le service en technologie, passe par des présentations concrètes et matérielles de la mise en service, et de l'utilisation des technologies.

Ce marketing évite, ou pour le moins utilise avec modération, des moyens de présentations et de communication les plus informationnels et appelés, usuellement (mais à tort), « virtuel ».

Ce marketing évite, ou pour le moins utilise avec modération, des moyens de communication de la mobilité, et de l'évolution permanente.

Le marketing de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation utilisera, notamment, les moyens suivants :

- Des présentations concrètes de l'utilisation et des résultats obtenus avec les technologies
- Des démonstrations de l'utilisation, et de la mise en pratiques des technologies
- Des séminaires, formations, sur les technologies, et leur pratique
- L'accueil du public, de prospects, et de clients, pour développer la notoriété et sensibiliser aux prestations et productions de la société
- Des évènements, des animations, et le support d'un show-room, seront utilisés pour réaliser ces actions de marketing, de communication, de sensibilisation, de vente et de formation.

❖ **Tous ces moyens de marketing, communication, vente, (présentations, démonstrations, séminaire, évènements, animations publiques, etc.) seront réalisés dans l'orientation très « terroir et convivialité », et seront mis en œuvre, le plus possible, avec des situations réelles, des cas concrets, des expérimentations sur le terrain, et de la pratique en cas réels.**

Cette manière de faire est :

- Un facteur rassurant, local, de proximité, pour crédibiliser et favoriser les ventes, dans un monde en évolution permanente, et qui privilégie les moyens informationnels, mais intangibles, et versatiles, pour

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

communiquer avec les clients

- Un facteur de crédibilité par le constat, en cas réel, des pratiques et utilisations de la technologies, plutôt que la promesse de résultats, proposés par les technologies en renouvellement permanent et en proposition d'un « toujours plus, et toujours mieux ».
 - Une clé de crédibilité, et de confiance, pour sensibiliser, et développer l'image de marque et la vente des prestations et des productions de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.
- ❖ **Un terrain et une maison seront utilisés par l'entreprise, comme show-room, comme lieu d'accueil et de présentation de la mise en pratique et de l'utilisation des technologies, et comme lieu pour certaines formations et séminaires. L'accueil du public sera prévu dans le terrain et la maison, pour ces besoins.**
- ❖ **Ce terrain et cette maison seront utilisés à la fois pour acquérir et développer l'expertise (pratique et expérimentation des technologies), et pour le marketing, la présentation et la crédibilité des prestations et des productions de l'entreprise.**

Ces moyens marketing, de présentation et de crédibilité des prestations, qui passent par du tangible, des constats en réels, des démonstrations sur des cas réels, renforceront l'assise de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.

Par ailleurs, le fait de se doter d'un show-room et d'un espace de présentation, renforce l'image et la stabilité de l'entreprise, par une image plus concrète et rassurante, que les moyens précédent (simple site internet, pas d'espace ni bureau physique).

- ❖ **Le marketing, les présentations de cas réels, les démonstrations, les séminaires, sur le terrain, avec une pratique sur un terrain et dans une maison, renforceront la notoriété de la société, la confiance des clients et prospects, et l'assise globale de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.**

3.4.6 Une assise renforcée, dans un environnement plus mouvant


Dans un monde en évolution permanente, l'environnement de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation est plus mouvant qu'avant.

Les orientations présentées dans ce document permettront de renforcer son assise.

Parmi les points spécifiques, pour cette assise, il y a :


- Les multiples technologies, et l'offre de conseil en « navigation et météo »
 - La diversification des segments de clients
 - La stabilisation par un marketing très « terroir et convivialité »
 - La stabilisation par la pratique et les expérimentations sur le terrain, pour acquérir l'expertise
 - La stabilisation par un marketing via des moyens tangibles, dont un show-room, des démonstrations de cas réels, des séminaires
 - L'utilisation d'un terrain et d'une maison, tant pour expérimenter et acquérir l'expertise, que pour faire ce marketing via des moyens tangibles, en situation réelle
- ❖ **L'utilisation d'un terrain et d'une maison sont des moyens tangibles, qui demanderont plus d'investissements que les pratiques précédentes, dans le passé.**
- ❖ **Ils apportent à la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation un cadre de pratique des activités qui renforcent son assise, et permettent de développer les activités, selon les orientations qui ont été décrites dans l'ensemble de ce document, avec l'ensemble des avantages et des résultats attendus pour l'entreprise, à la clé.**

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cris-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). 

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

06/03/2015

55/56

4. CONCLUSION

L'environnement va être mouvant.

Les grandes lignes des tendances sont nombreuses, complexes, mais suffisamment bien discernées pour tracer les grandes lignes pour l'activité et pour une évolution de l'activité de la société Une_Entreprise_ou_une_Organisation.

Les orientations ont donc été tracées et décrites dans ce document.

Elles sont un changement important, tant dans les domaines de technologie, que dans la manière de pratiquer et de fournir les prestations et les productions.

Elle laisse une ouverture aux surprises éventuelles, dans les évolutions, et de la place à des possibilités nombreuses et variées qui s'offriront, en fonction de ce qu'il surviendra dans les années à venir.

❖ **Dans cette aventure d'entreprise et d'activité quotidienne avec les technologies et le conseil, les orientations prises seront le chemin solide et fiable pour réaliser ces activités de manière satisfaisantes, avec de bons résultats, et en phase avec un environnement mouvant, innovant, et en évolution permanente.**



Evolution pour Une_Entreprise_ou_une_Organisation 2015 a 2030 - 4 mars 2015 - Suggestions generales d évolution des activites by [les-cris.com](http://www.les-cris.com) is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Based on a work at <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.

Ce document ne saurait être interprété sans les commentaires oraux qui l'accompagnent.

Ce document fourni par www.les-cris.com est sous licence Créative [Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Il provient de la page : <https://www.les-cris.com/pages/cri-Evolution-Entreprise-Activites-2015-a-2030.html>.