



À LA MADDY KEYNOTE 2019, ZAGATUB, LE LABORATOIRE D'INNOVATION DE BUTAGAZ, DECRYPTE LES FUTURS ENJEUX DE LA CONSOMMATION ENERGETIQUE

Le jeudi 31 janvier 2019, Zagatub, le laboratoire d'innovation de Butagaz, partenaire historique de la Maddy Keynote, plongeait le public en **2084**, dans une prospective autour de nos modes de vie et de consommation pour construire demain de façon positive.

1. « L'EMPREINTE TECHNOLOGIQUE, FLÉAU DU 21^{ÈME} SIÈCLE »

Aujourd'hui, l'empreinte environnementale (émission de Gaz à effet de serre) du numérique représente l'équivalent du trafic aérien mondial, et en projection à 5 ans, pourrait atteindre des niveaux proches de celui du trafic routier. Ce constat nous pousse, en tant que consommateur, à réfléchir sur notre utilisation des nouvelles technologies : paradoxalement, même si un grand nombre d'entre nous souhaite réduire son empreinte carbone en achetant par exemple un véhicule électrique, certains possèdent deux téléphones, une tablette, un ordinateur personnel, un professionnel, utilisent des moteurs de recherches, regardent des vidéos en streaming, et stockent de nombreux mails inutiles.

Face à cela, comment devons-nous prendre conscience de notre consommation technologique et comment la réduire ?

Le premier constat est que *"Le phénomène de surconsommation de l'énergie et du digital est le même que dans les autres domaines. Deux mots d'ordre : **consommer surtout moins, et mieux** ! »* explique Hugues Ferreboeuf, Directeur de projet The Shift PROJECT. Il poursuit : *« 90% de l'énergie utilisée pour un smartphone est celle liée à sa fabrication (extraction des métaux, assemblage, transport). Changer de smartphone tous les 3 ans au lieu de tous les 18 mois réduit forcément notre empreinte. Il faut également privilégier les équipements qui disposent d'éco labels. Enfin, il faut résoudre le problème de récupération et de recyclage des appareils."*

De son côté, Emmanuel Mannoorettonil, Directeur Développement Nouveaux Business chez Butagaz, explique : *"L'énergie la plus vertueuse est celle que l'on ne consomme pas. Nous devons aider nos clients à réduire leur empreinte carbone en consommant moins et mieux, et pour cela nous faisons des efforts en tant qu'entreprise en montrant l'exemple, avec la [compensation carbone](#) entre autres. Nous travaillons également avec des start-ups (comme Ecojoko, Wivaldy, Lancey) pour aider les clients à mieux comprendre leur consommation d'énergie, et donc mieux la maîtriser".*

Pour Laurent Bernard, co-fondateur de la start-up [Ecojoko](#), le constat est simple *"Si 5% des Français utilisaient notre équipement, nous pourrions éteindre un réacteur nucléaire. Et on pourrait en arrêter d'autres si tous les Français éteignaient leurs appareils en veille !"*

Enfin, Clément Jeanneau, co-fondateur de [BlockChain Partner](#), conclue par le fait que *"L'intelligence artificielle et la blockchain ne sont pas les solutions au problème du réchauffement climatique et de l'appauvrissement de la biodiversité. Néanmoins elles contribueront à aider l'humanité à en gérer les conséquences..."*.

(Extraits)



2. « CONSOMMATEURS, TOUS IMPLIQUÉS EN 2084 »

De plus en plus d'entreprises placent les consommateurs au cœur de leur stratégie et misent sur le crowdsourcing pour développer des services ou des produits qui correspondent à leurs attentes. *"Vous avez posté un avis sur le web ? Vous avez participé indirectement à un crowdsourcing ! Il y a encore 10 ans, personne ne croyait en ce mode de collaboration, mais c'est désormais devenu un incontournable. 62% des Français veulent aider leur marque préférée à créer des produits ou des services. L'intelligence collective permet de créer des modèles alternatifs et d'accélérer les processus. Local Motors, par exemple, a pu construire une voiture en 6 mois alors qu'il faut 18 mois à un constructeur classique pour arriver au même résultat"* affirme Gaël Muller, CEO de [Fanvoice](#). *"43% des produits et services essuient un échec au bout d'un an de mise sur le marché, car ils ne répondent pas aux attentes du consommateur. Les consommateurs VEULENT participer, et les entreprises veulent DE-RISQUER : ça matche avec le crowdsourcing !"* poursuit-il.

Avec la création de la plateforme collaborative [« Le Garage de Bob »](#) (en référence à sa mascotte), Butagaz permet aux internautes de partager avis et besoins qui pourraient être à l'origine de nouvelles offres de demain. Ce sont ainsi aujourd'hui près de 2 000 contributeurs qui sont au centre de sa démarche d'innovation.

Antoine Roussel, CEO de "[Tankyou](#)", illustre la puissance d'une démarche collaborative, en précisant qu'il était lui-même un consommateur insatisfait des services proposés en station : *"Derrière une innovation il y a un consommateur frustré : c'est l'ère du Conso'preneur (consommateur + entrepreneur). Je crois profondément en cette vague d'entrepreneuriat qui émerge dans nos sociétés. Une personne qui se dit j'ai un besoin, je n'ai pas de réponse marché, je me lance."*

"L'innovation devient un enjeu social, et les marques vont évoluer de plus en plus vers des rôles de facilitateurs de contribution pour les communautés d'innovation." conclut Olivier Eudeline, Manager Innovation de Butagaz.

3. ZAGATUB, LE LABORATOIRE D'INNOVATION DU GROUPE BUTAGAZ,

Depuis 2015, [Zagatub](#) crée du lien entre le groupe Butagaz, ses clients, et l'écosystème innovation. Un objectif : Accélérer des solutions innovantes pour répondre aux besoins énergétiques, aux changements d'habitudes de consommation et au confort des Français dans un contexte de transition énergétique. Zagatub appelle des entrepreneurs à participer à la démarche en testant leurs solutions dans un environnement agile, et les particuliers à contribuer sur Le Garage de Bob pour faire émerger des idées innovantes.

À propos du groupe Butagaz

Fournisseur multi-énergies, le groupe [Butagaz](#) a pour mission d'assurer le confort au quotidien de ses clients. Filiale du groupe irlandais [DCC](#), il est en France un acteur majeur et de confiance du marché du propane et du butane. Ayant pour ambition d'offrir toujours plus de confort et de liberté de choix à ses clients, le groupe Butagaz propose également du gaz naturel, de l'électricité aux particuliers et aux professionnels sur tout le territoire ainsi que des granulés de bois. Depuis janvier 2017, le groupe Butagaz a été rejoint par [Gaz européen](#), fournisseur français d'électricité et de gaz naturel pour les professionnels, présent sur l'ensemble du territoire grâce à ses 7 entités régionales.

L'innovation, pierre angulaire de sa promesse de marque, l'amène à diversifier ses activités et à proposer son propre programme d'open innovation - [Zagatub](#) - un laboratoire de co-création pour faire émerger et accélérer des solutions innovantes répondant aux besoins de ses clients.

Ce sont près de 5 millions de clients qui font aujourd'hui confiance à Butagaz et plus de 95 % d'entre eux se sont déclarés satisfaits des solutions et services proposés (Source : Étude « la voix du Client » – juin 2016)

Pour plus d'informations : <http://www.butagaz.fr> – Suivez notre actualité sur Twitter : [@BUTAGAZ](#)

CONTACT PRESSE

Contact presse : Mélanie Correia - T : 06 10 42 45 78 - Melanie.Correia@elanedelman.com