

G U N T E R P A U L I

CROISSANCE SANS LIMITES

Objectif Zéro Pollution

*Croissance économique
et régénération de la nature*

Traduit de l'anglais par Dominique Viel

 *Editions*
Quintessence

Titre original : *Upsizing – The Road to Zero Emissions – More Jobs, More Income, and no Pollution*, Greenleaf Publishing, 1998, ISBN 1-874719-18-7

© 2007 — Éditions Quintessence

SARL *Holoconcept*

Rue de la Bastidonne — 13678 Aubagne Cedex — France

Tél. (+33) 04 42 18 90 94 — Fax (+33) 04 42 18 90 99

www.editions-quintessence.com

Tous droits de reproduction réservés.

ISBN 978-2-913281-76-9

AVANT-PROPOS

Quand nous regardons de près les écosystèmes, nous voyons parfaitement que les organismes vivants ne vendent pas de produits ou de services, mais qu'ils sont tous producteurs de quelque chose. Ils produisent des déchets, tout comme nous, individuellement ou à travers nos organisations. Mais dans un écosystème le déchet poursuit son chemin. Ce qui est déchet pour une espèce est nourriture pour une autre, si bien qu'à l'intérieur de l'écosystème pratiquement tous les déchets sont en permanence en voie de recyclage. C'est ce que nous pouvons faire dans nos organisations humaines pour imiter les modes d'organisation de la nature. Nous pouvons – et, de fait, nous devons – reconcevoir nos échanges et nos activités afin que le déchet d'une industrie devienne la ressource d'une autre industrie.

Pour accomplir cette tâche, ces activités ont besoin d'être regroupées géographiquement afin de s'organiser en réseau d'échanges. Au sein de ces regroupements, chaque secteur d'activité sera inséré dans un « écosystème d'organisations » où le déchet de chacune formera la ressource d'une autre. Dans un tel système industriel durable, l'ensemble des flux de sortie de chaque organisation – à la fois produits et déchets – sera conçu et traité comme des ressources parcourant le système.

Sous les auspices de ZERI, le *Zero Emissions Research and Initiatives* (Recherche et initiatives pour la Pollution Zéro), de tels regroupements écologiques d'industries ont récemment vu le jour dans plusieurs parties du monde. Dans ce livre, Gunter Pauli, fondateur de ZERI, nous offre le premier récit détaillé du cheminement de pensée qui l'a conduit à cette initiative pionnière, et donne d'amples illustrations de l'application de cette démarche dans bien des endroits de la planète.

Fritjof Capra

INTRODUCTION

Je dois avouer que longtemps je me suis considéré comme un pionnier, pour un jour m'apercevoir qu'il n'en était rien. Pire, j'étais naïf et ignorant. Quand j'ai pris la responsabilité de construire la première usine écologique d'Europe, je pensais pouvoir changer le monde en faisant école. J'avais l'arrogance de croire que je savais ce que je faisais : produire un détergent issu d'huiles végétales tropicales, donc respectueux de l'environnement.

Un jour, le ciel m'est tombé sur la tête : j'ai découvert que la matière végétale utilisée par ma société représentait moins de 5 % de la biomasse totale des plantations de palmier nécessaires à sa production. Si je contribuais quelque peu à réduire la pollution par les détergents de quelques rivières d'Europe, je devais également endosser la responsabilité des volumes de déchets que mes achats de composants biodégradables engendraient. L'essentiel de ces déchets était purement et simplement incinéré. Je n'en savais rien. J'étais un *Homo non sapiens*.

Pire encore, lors d'une visite en Indonésie, j'ai découvert que la consommation croissante d'huile végétale poussait les autorités locales à détruire la forêt tropicale pour planter des palmiers. Comment pouvais-je légitimer qu'on détruise l'habitat de l'orang-outan afin de produire des détergents biodégradables ? C'était insensé.

J'en conclus alors que, pour être un vrai pionnier, il me fallait trouver un moyen d'utiliser la totalité de la biomasse et pas simplement les 5 % qui présentaient un intérêt immédiat pour mon activité. Les 95 % restant, comme je le découvris plus tard, étaient en fait tout sauf un déchet et n'auraient pas dû être brûlés. J'en conclus que, pour être un vrai pionnier, il me fallait trouver des matières premières qui régénèrent la forêt tropicale. En termes de conscience écologique, je n'étais qu'un homme d'affaires parmi

d'autres, qui extrayait des matières premières et mettait au rebut ce qui ne présentait pas d'intérêt pour lui. Le fait que j'utilisais des ressources renouvelables alors que d'autres utilisaient des ressources non renouvelables ne me donnait aucun droit au titre de pionnier. Cette prise de conscience fut un appel à l'éveil, décrit dans ce livre et dans le précédent, *Breakthroughs*¹.

Après douze années de réflexion, je crois aujourd'hui que l'époque du « *downsizing*² » est à son terme et que l'ère de l'« *Upsizing*³ » est arrivée. Il ne fait pas de doute qu'après avoir découpé les entreprises en morceaux en quête d'actifs cachés, les dirigeants cherchent une manière différente d'augmenter significativement la productivité. Après des années de compression du coût du travail, dans le but de créer de la richesse pour les seuls actionnaires, les stratèges d'entreprise sont prêts à embaucher afin d'accroître la valeur ajoutée produite pour toutes les parties prenantes. Après des années d'études rigoureuses et approfondies afin d'évaluer les risques et d'identifier les problèmes potentiels, les analyses les plus avancées mettent en lumière de grandes opportunités. Après avoir, année après année, enseigné aux étudiants comment se recentrer sur le « cœur de métier », les écoles de commerce apprennent désormais à leurs élèves à maîtriser des portefeuilles complets d'activités. Après des décennies de perte de crédibilité voire de légitimité aux yeux du public, le monde des affaires commence finalement à se sentir concerné par le « développement communautaire⁴ » et par sa responsabilité sociale autant que par la création de richesse. Après des années au cours desquelles les riches sont devenus plus riches et les pauvres plus pauvres, les uns et les autres ont maintenant l'opportunité de se développer d'une manière qu'ils n'auraient pas soupçonnée.

Comment y parvenir ? En alliant l'art sans patience du management et la profondeur de la science. Dans un contexte qui, ce n'est pas une surprise, a changé, ce livre propose aux riches comme aux pauvres une approche nouvelle. Un nouveau concept de management, que j'appellerai le *management immunitaire*, peut fournir

1. Paperback, 1996.

2. Réduction de taille d'une firme, particulièrement de ses effectifs (N.D.T.).

3. Expression symétriquement opposée à celle de *downsizing* et qui a donné son titre à la version anglaise du livre (N.D.T.).

4. Concept dont notre expression « développement local » recouvre partiellement le sens (N.D.T.).

l'inspiration aux stratégies d'entreprise. Pendant longtemps la métaphore du système nerveux central a influencé la représentation que les dirigeants se font de leurs organisations. Désormais, c'est le système immunitaire et les gènes qui devront inspirer les concepts de management diffusés par Harvard ou l'INSEAD. Cela ne veut pas dire que le cerveau est mort ; cela veut dire qu'il y a plus et mieux à accomplir avec des schémas organisationnels qui imitent les systèmes immunitaires : décentralisation poussée associée à l'accès immédiat à la globalité de l'information. Une nouvelle discipline, la *Science Générative*, va encourager et éclairer la complémentarité entre des disciplines aussi diverses que la biologie, l'économie, l'ingénierie, la chimie et la physique. Cette discipline montre comment faire converger les projets fondamentaux des entreprises et des entrepreneurs avec ceux de la société : apporter à tous de l'eau et de la nourriture, des soins de santé, un habitat, de l'énergie en suffisance, des créations d'emploi qui construisent une société fondée sur la qualité de la vie.

Mais les stratégies de management et de solides bases scientifiques ne suffisent pas. L'approche se doit d'être pratique et de s'appliquer à n'importe quelle activité afin d'être reproductible. Ce livre comprend en conséquence une approche directe que tout un chacun peut utiliser, essayer, appliquer et perfectionner. La méthodologie d'*Upsizing – Croissance sans limites* est ciblée et pragmatique. Le système capitaliste actuel est peut-être le meilleur dont nous disposons pour le moment, mais le monde peut faire beaucoup mieux et il est urgent qu'il le fasse. Ce livre montre que la compétition ne consiste pas à faire aussi bien que les concurrents, mais justement à faire beaucoup mieux. Ce livre parle de ce que nous connaissons de meilleur : la croissance.

Il ne s'agit pas de grandir, de maigrir ou de traiter nos déchets. Il ne s'agit pas de bâtir des conglomérats qui imitent General Electric du temps de Jack Welch ou d'élaborer une stratégie gagnante pour un autre Samsung ou Mitsubishi à l'abri d'une confortable protection gouvernementale. Il s'agit – au lieu de la protéger dans des Parcs – de créer plus de diversité. Il s'agit, au lieu d'en supprimer, de créer plus d'emplois. Il s'agit d'une nouvelle approche des affaires pour le millénaire naissant.

Quand l'humanité comprendra pleinement qu'elle peut tirer bien davantage de ce que la Terre produit, nous serons à l'aube d'une

révolution. Il ne s'agira pas seulement d'une « révolution verte ⁵ » qui procurerait plus de nourriture aux affamés. Il s'agira d'une révolution multicolore. Le *Management Immunitaire*, le concept d'*Upsizing – Croissance sans limites* et les principes de la *Science Générative* nous apporteront la théorie, la vision et les outils pour donner à l'avenir toutes les couleurs de l'arc-en-ciel. Cette révolution n'enchaînera ni ne restreindra l'entrepreneuriat. Elle permettra au monde des affaires de respecter ses finalités et ouvrira l'accès à la création de valeur au profit de toutes les parties prenantes de la société. La démonstration de ce livre est que l'humanité – en dépit de la consommation « verte » et du recyclage des déchets – n'a pas encore réalisé à quel point elle est gaspilleuse. Il n'est nullement besoin de restreindre la croissance. Pour peu que nous reconnaissons que le système actuel peut être radicalement amélioré, il ne sera pas nécessaire de recourir aux prophètes de malheur, de prédire les crises à venir et de sonner le tocsin. Aujourd'hui n'est qu'une version très préliminaire du monde à venir et du futur en émergence. L'humanité peut embarquer pour une forte croissance économique sans diminuer la couche d'ozone, sans épuiser l'écosystème ou modifier le climat. Mais cela suppose que nous changions notre représentation de la réalité.

Le mouvement pour une meilleure protection de l'environnement est enclenché, mais il n'est pas suffisant. Une production plus propre, une façon d'agir responsable, les « 3R » (réduire-réutiliser-recycler), *Facteur 4* et *Facteur 10*, l'Écologie industrielle, le Métabolisme industriel : tout cela constitue des premiers pas, pertinents, vers une industrie respectueuse de la nature. Mais aujourd'hui nous avons besoin d'une industrie qui prenne en compte simultanément la société et la nature. Nous avons besoin d'une approche créative et innovante et que des entrepreneurs plus nombreux prennent les choses en main.

Le monde économique doit relier les intérêts divergents, faire converger les projets et anticiper l'impact des actions d'aujourd'hui sur les générations à venir. Les affaires en deviendront plus profitables et les investisseurs apprendront à choisir entre faire toujours plus de la même chose ou encourager les pionniers sur la route d'*Upsizing*. Sans aucun doute cela comporte des risques, et des erreurs seront commises. Il y aura des tâtonnements, parfois nous trébucherons, mais le risque vaut la peine d'être pris.

5. Référence à la révolution verte des années 1970 et 1980.

Ce livre aura réussi s'il encourage certains à s'aventurer sur les chemins déjà sillonnés depuis douze ans par mes équipes de ZERI⁶ au Japon, dans le Pacifique Sud, aux États-Unis, en Amérique Latine et en Afrique. Nous avons besoin d'êtres humains prêts à prendre des risques pour dessiner le futur en *Homo Sapiens* véritable : en personnes qui ont la connaissance !

6. *Zero Emission Research and Initiatives* : Recherches et Initiatives pour la Pollution Zéro. Cf. www.zeri.org (N.D.T.).



Gunter Pauli

I

HOMO NON SAPIENS

CELUI QUI DEVRAIT SAVOIR COMMENT À LA FOIS CRÉER DES EMPLOIS, ACCROÎTRE LA PRODUCTIVITÉ, ET ÉLIMINER LA POLLUTION.

Tout homme politique, tout dirigeant d'entreprise, devrait savoir qu'il est possible d'améliorer la productivité d'une entreprise en créant plus d'emplois et en réduisant spectaculairement la pollution. Cela peut paraître audacieux aux partisans du *downsizing*, selon lesquels la productivité consiste à produire plus en employant moins de gens. Le management s'est enorgueilli, ces dernières années, d'atteindre des niveaux de plus en plus élevés de capital par travailleur. Créer de la richesse pour les actionnaires équivaut aujourd'hui à réduire les emplois, comme si la productivité du travail était la seule que l'on puisse accroître. Cependant, créer de la richesse pour quelques-uns tout en perpétuant la pauvreté et la misère pour beaucoup⁷ n'est ni éthique, ni productif. En fait, l'obsession de la productivité du travail et du *downsizing* est une voie partielle et inappropriée vers la compétitivité. Pour une très large part, cette obsession laisse de côté la productivité des matières premières et les opportunités offertes par les systèmes de production intégrés.

Cependant, des plaidoyers se font entendre depuis peu en faveur de la productivité des matières premières. Le meilleur modèle pour atteindre de hauts niveaux de performance n'est pas difficile à trouver : tout autour de nous la nature a déjà les réponses. Il est temps pour nos ingénieurs de s'éveiller à la réalité et de comprendre que les méthodes de production et de transformation devraient avoir

7. À la naissance du millénaire, à peu près un milliard de personnes sur la planète sont à la recherche d'un travail (N.D.A.).

comme fondement le respect et l'imitation de la nature. Il ne s'agit pas d'une quête utopique, mais de simple bon sens. L'humanité est la seule espèce sur la planète à générer des déchets dont personne ne veut et à les produire en grande quantité. Ces déchets sont souvent toxiques et dommageables, non seulement pour les êtres humains, mais pour la nature elle-même. Cela s'appelle de l'autodestruction. Aucun autre être vivant sur notre planète n'est capable d'en faire autant.

Qui a jamais déclaré vouloir des dioxines ? Personne. Au contraire, tout consommateur bien informé refuserait de s'en approcher. Alors, pourquoi l'industrie continue-t-elle à fabriquer des plastiques chlorés qui génèrent des sous-produits dont personne ne veut ? De la même manière, personne n'est acheteur de déchets nucléaires. Tout au contraire, leurs propriétaires sont prêts à verser beaucoup d'argent, ne serait-ce que pour leur stockage (et ceux qui peuvent les stocker constituent une espèce en voie de disparition). Alors, pourquoi les gouvernements et les industries concernés continuent-ils à produire de l'énergie de cette manière ? Personne ne souhaite de métaux lourds dans l'eau, le sol ou l'air. Pourquoi l'industrie automobile continue-t-elle à fabriquer des peintures qui dégagent des métaux lourds dans l'atmosphère ? Cette liste pourrait s'allonger indéfiniment. Quand nous réfléchissons au volume de déchets et de substances toxiques produits par l'industrie, nous commençons à nous demander qui a conçu ce système car il montre une absence totale de rationalité.

Tandis que les dangers que représentent les dioxines, l'amiante, les déchets nucléaires et les métaux lourds sont bien établis, en revanche les données négatives relatives à d'autres produits ou processus de fabrication continuent d'être dissimulées au consommateur. Le principe de précaution se vend bien, mais est rarement mis en pratique. Un exemple est celui des agents de « blanchissage optique » dans les détergents. Une chemise plus blanche que blanche ne s'obtient que si le fabricant de détergent utilise un produit chimique à base de benzène. Celui-ci se fixe dans les fibres du vêtement et s'active à la lumière, compensant de cette manière le blanc-gris du tissu par une couleur bleue qui rend la chemise plus brillante que blanche. Mais, si l'acheteur du produit ne sait rien des effets secondaires toxiques possibles, comme par exemple des allergies, et si le fabricant l'ignore également – ce qui peut arriver –, tous deux sont victimes

d'un déficit d'information et de compréhension quant à l'impact réel de la révolution industrielle sur la société.

Adam Smith écrivait en 1776, dans son livre *La richesse des nations*, que l'accès libre et sans réserve à l'information constitue un pré-requis au bon fonctionnement de l'économie de marché. Pour autant, la circulation libre de l'information n'existait pas avant l'arrivée de l'Internet et la possibilité offerte à des centaines de millions de foyers et d'entreprises de se connecter. Aussi longtemps que l'information sur l'impact nocif des produits et des processus n'est pas accessible au consommateur, il lui est impossible de prendre des décisions pertinentes. Aussi longtemps qu'il n'y aura pas d'information sur la manière de convertir les déchets en produits à valeur ajoutée, il ne sera pas possible à l'industrie d'imaginer de meilleures façons de produire. L'arrivée de l'Internet est susceptible de changer cette situation, car le jour viendra où il sera impossible de ne pas être informé. Le temps de l'*Homo sapiens* est pour bientôt.

Au début de ce nouveau millénaire, l'humanité n'est pas encore l'*Homo sapiens* qu'elle prétend être depuis plus de 5 000 ans. Elle reste un *Homo non sapiens*. Cet homme-là – et l'on peut prendre ici le masculin au pied de la lettre – a ignoré les effets négatifs de ses activités sinon il aurait fabriqué et produit d'une manière totalement différente. L'industrie a maintes fois démontré qu'elle ne savait pas ce qu'elle faisait et qu'elle ne s'en souciait pas, ses priorités étant le retour rapide sur investissement et le recentrage de ses activités de base sur les segments de marché.

Le message de ce livre est que ces activités fondamentales ne sont pas un but en soi, comme tant de stratèges d'entreprise le croient, mais un début. Pour aller plus loin, il faut conjuguer diversification et coopération.

POLLUTION ZÉRO ET PRODUCTIVITÉ TOTALE DES MATIÈRES PREMIÈRES

Pour rendre opérationnelle l'approche d'*Upsizing – Croissance sans limites*, il faut cesser d'attendre que la Terre produise davantage, et se mettre à mieux utiliser ce qu'elle produit déjà. Avec en moyenne 95 % de déchets, c'est moins de 5 % de la production agro-forestière qui est réellement utilisé. Si nous adoptions un système économique qui utilise 95 %, voire 100 % de cette masse, nous pourrions satisfaire vingt fois plus de besoins matériels sans

que la Terre ait à produire davantage. Nous aurions en même temps créé une gigantesque machine à générer de l'emploi. Nous aurions rendu les industries plus productives et éliminé d'énormes poches de déchets. Nous serions bien plus près d'un monde à *Pollution zéro*, à l'image des autres écosystèmes terrestres.

En adoptant la méthodologie « *Zéro Pollution, Zéro Déchet* » (qui sera présentée en détail plus loin), nous assisterions immédiatement au décollage du processus d'*Upsizing* – *Croissance sans limites*. Pourquoi ?

Le « Zero Emission Research Institute ⁸ », fondé par l'auteur à l'Université des Nations Unies à Tokyo en 1994, a focalisé ses efforts initiaux sur des projets exemplaires à petite échelle afin d'offrir des cas d'école reproductibles. Le succès a été rapide et les expériences des projets pilotes positives. 2 800 sociétés japonaises se sont depuis lors engagées à atteindre la cible ultime de « *Pollution zéro* ». Le principe est simple : éliminer le concept même de déchet. Tout déchet, une fois généré, doit être utilisé comme un intrant dans un autre processus afin de produire de la valeur ajoutée. De nouvelles activités, génératrices de nouveaux produits et services, naissent lorsque des activités industrielles imitent la nature et se mettent en réseau, les sous-produits de l'une devenant les matières premières – la nourriture – de l'autre. La productivité globale de l'économie est ainsi accrue en termes de capital, de travail **et** de matières premières. « *Pollution zéro* » est l'objectif ultime, mais *Upsizing* – *Croissance sans limites* est le résultat immédiat.

Prenons un arbre. Sa structure n'est pas faite que de cellulose – le matériau de base de la pâte à papier –, elle est constituée de bien d'autres choses. La cellulose ne représente en fait que 20 % des feuillus et pas plus de 30 % des résineux. Cependant, aujourd'hui, le reste – principalement de la lignine et de l'hémicellulose – appelé de manière euphémique, après traitement chimique, « liqueur noire », est considéré comme un déchet, souvent incinéré ou éventuellement récupéré comme du biocarburant.

L'hémicellulose – 30 % du résidu – constitue la nourriture fondamentale de l'arbre. Si elle est hydrolysée (par ajout de molécules d'hydrogène), elle se transforme en un autre produit biochimique, le xylan, aux propriétés tout à fait intéressantes. En effet le xylan peut se substituer à l'aluminium comme emballage naturel. Il peut

8. Recherches et Initiatives sur la Pollution Zéro. Cf. www.zeri.org

aussi, une fois transformé, fournir le xylitol, édulcorant naturel moitié plus sucré que le sucre, mais qui ne crée pas de plaque dentaire et contient peu de calories. Il n'y a pas besoin d'être expert en marketing pour se rendre compte qu'il s'agit d'un produit rentable.

Notre principale source de sucre aujourd'hui est la canne à sucre, qui fournit un produit d'utilisation courante dans l'alimentation, longtemps subventionné par l'Union européenne. Cependant le sucre est la principale cause de la plaque dentaire, facteur de caries. Le sucre ne représente que 17 % du poids de la biomasse de la canne à sucre : les autres 83 % constituent la bagasse, terme générique pour tout ce qui reste une fois le sucre extrait de la canne. La bagasse est souvent incinérée et contribue ainsi au réchauffement climatique.

Pourquoi personne ne s'intéresse-t-il aux plastiques et aux sucres qu'on pourrait tirer des arbres ? Ou à la bagasse, substance bien plus intéressante que la petite fraction de la canne à sucre qui, jusqu'à présent, capte l'exclusivité de notre intérêt ?

La fibre de bagasse peut être recyclée sous forme d'additifs organiques pour le ciment ou utilisée comme renforçateur dans le placoplâtre. Mieux encore, cette fibre est utilisable pour la production de papier : cela éviterait d'abattre des résineux, qui mettent plus de 50 ans à atteindre leur maturité, alors que la canne à sucre fournit des fibres de qualité une fois par an. En outre, la totalité de ces fibres peut être exploitée et créer de la valeur sous forme de produits biochimiques tels que lipides, éthanol et furfural. Ces composants fournissent des matériaux qui constituent une bonne base pour la production de détergents, d'adoucisateurs d'eau et même de plastiques, tous ces dérivés s'avérant largement biodégradables.

Revenons aux arbres : la lignine – le liant organique qui agglomère les fibres de l'arbre – a une haute valeur calorifique ; elle peut s'extraire avant la production de la cellulose et s'utiliser sous forme de combustible propre ; elle constitue également une alternative naturelle aux colles synthétiques (appelées époxydes, elles nécessitent du formaldéhyde, composant potentiellement carcinogène).

Aujourd'hui la durabilité de la forêt est considérée comme un objectif important. La certification de forêts durables par des organisations comme le *Forest Stewardship Council* prend de l'ampleur. Les producteurs et les distributeurs commencent à s'y engager. Mais tant que 70 % de la matière première de la pâte et du papier sont traités comme du déchet, peu importe à quel point les

pratiques de gestion de la forêt sont dites « durables ». Plutôt que d'entreprendre de vastes projets de reforestation tout en continuant à abattre les arbres, on devrait se préoccuper de l'utilisation totale de la biomasse. Les biotechnologies permettent aujourd'hui – c'est une tentation – de manipuler l'ADN des arbres pour concevoir des semences qui engendrent une plante plus riche en cellulose. Ce n'est pas forcément une mauvaise idée, mais l'on passe à côté de l'opportunité d'exploiter la biomasse non utilisée – défi plus audacieux et véritable approche systémique. Il nous faut des ingénieurs qui développent des technologies nouvelles et des investisseurs pour les rendre opérationnelles. Après tout, l'idée d'exploiter la cellulose, l'hémicellulose et la lignine, soit trois produits adaptés au marché au lieu d'un seul, en accroissant de ce fait les revenus, en réduisant la pollution et en créant des emplois, ne devrait pas être trop difficile à « vendre ».

Le monde de ce nouveau siècle est confronté à nombre de crises. Une conférence importante, organisée à Johannesburg à la fin de l'année 2002 par l'Organisation des Nations Unies, confirmait que plus d'un milliard de personnes n'a pas accès à la satisfaction des besoins les plus fondamentaux, qu'il s'agisse de nourriture, d'eau, d'énergie, de santé, d'habitat ou d'emploi. Parallèlement, alors que la population de la planète augmente d'environ 80 millions d'habitants chaque année, la revendication d'une consommation différente par une classe moyenne en émergence, particulièrement en Chine et en Inde, constitue un défi supplémentaire. L'Asie seule aura probablement ajouté 400 millions de consommateurs à cette classe moyenne d'ici 2021. Leur appétit se répercutera sur toute l'économie du globe. Pourquoi ?

Ces nouveaux consommateurs de la classe moyenne asiatique auront le pouvoir d'acheter ce qu'ils voudront. Ils pourront chaque jour dépenser un dollar pour leur journal. Tant mieux pour les affaires de la pâte et du papier ! Ils auront de quoi s'offrir un poulet quatre à cinq fois par semaine, faisant exploser les cours mondiaux des aliments pour poulet. Ils accepteront de payer la cannette de bière un dollar. Cela assurera un bon revenu aux producteurs d'orge : pour deux dollars, les Américains exigent un pack de six ! Si chaque Chinois se met à boire ne serait-ce qu'une bière de plus par semaine, rien que pour satisfaire cette demande la totalité de la récolte d'orge australienne sera achetée par des négociants de Shanghaï et de Pékin. Le pouvoir d'achat dont l'Europe a mis un siècle à se doter