



C2 Montréal 2017

Les Notes

UN CONDENSÉ DE TROIS JOURS
DE CONFÉRENCES, CLASSES DE MAÎTRE,
ATELIERS, LABS ET CONVERSATIONS

PRÉSENTÉES PAR

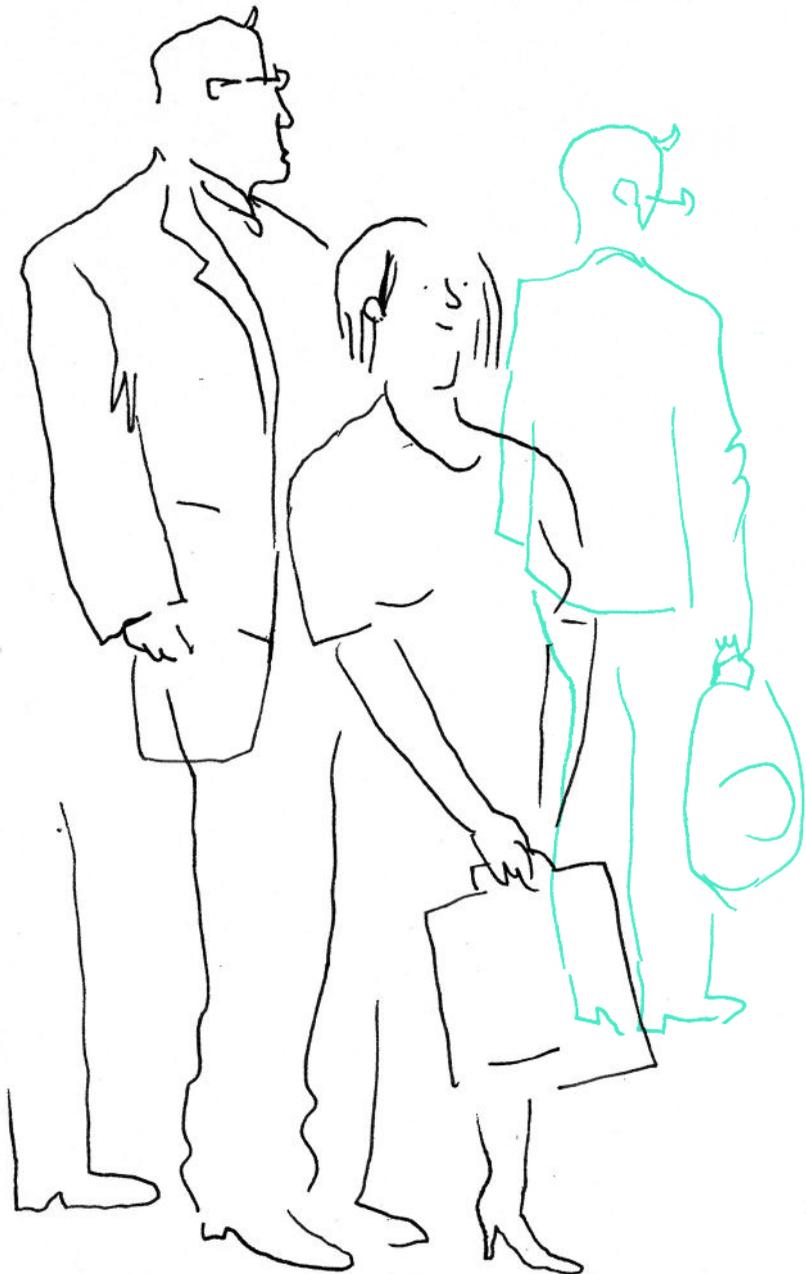


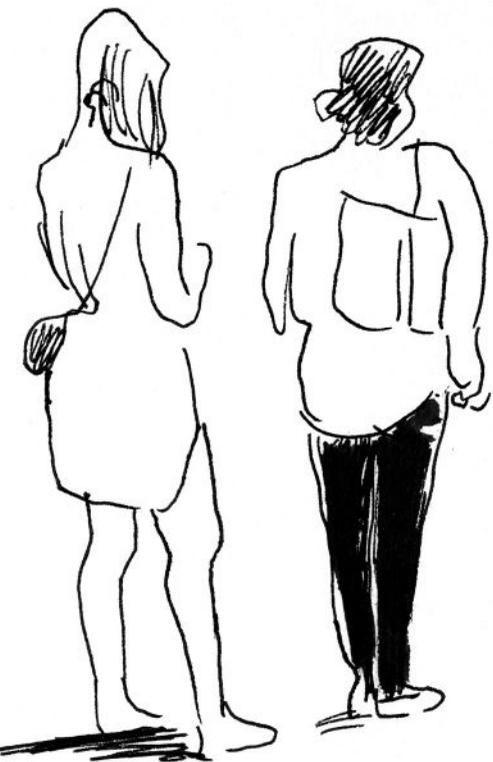
IMAGINÉ PAR

SID LEE

PARTENAIRE FONDATEUR

CIRQUE DU SOLEIL





Cette publication fait suite à la conférence C2 Montréal de 2017, qui a eu lieu à l'Arsenal art contemporain à Montréal, au Canada, du 24 au 26 mai.

© 2017 C2 Montréal, 460, rue Sainte-Catherine Ouest, suite 805, Montréal (Québec) H3B 1A7

Tous droits réservés. Aucune partie de la présente publication ne peut être reproduite, d'aucune manière, sans permission.

Nous avons déployé tous les efforts possibles pour nous assurer que les renseignements publiés sont exacts. Certains faits dans ce volume pourraient faire l'objet d'une controverse. Si une reconnaissance adéquate de droits d'auteur est manquante, ou si des clarifications ou corrections sont requises, veuillez communiquer avec les éditeurs. Nous corrigerons les renseignements dans toute version subséquente, le cas échéant.

IMPRIMÉ PAR ACCENT IMPRESSION INC.
À MONTRÉAL, CANADA, EN JUILLET 2017.

ISBN 978-0-9952264-3-2

C2 Montréal
24—26 MAI 2017



C2 Montréal 2017

Les Notes

UN CONDENSÉ DE TROIS JOURS
DE CONFÉRENCES, CLASSES DE MAÎTRE,
ATELIERS, LABS ET CONVERSATIONS

PRÉSENTÉES PAR



IMAGINÉ PAR
SID LEE

PARTENAIRE FONDATEUR
CIRQUE DU SOLEIL®

QUELQUES PETITES NOTES TECHNIQUES

Si vous désirez [imprimer](#) ce document, optez pour le recto verso; le contenu est conçu comme un livre, chaque page de gauche répondant à celle de droite.

Il s'agit d'un document PDF dynamique : cliquez sur le texte souligné pour consulter la [source](#) et des renseignements supplémentaires.

Votre avis au sujet de ces *Notes*

Dites-nous ce que vous en pensez à lesnotes@c2.biz.

VOICI LES NOTES DE C2 MONTRÉAL 2017

Comment distiller en 364 pages d'apprentissages une expérience de trois jours vécue par 6 500 dirigeants ?

La réponse: 22 preneurs de notes bénévoles,
5 rédacteurs chevronnés, 4 éditeurs impitoyables,
1 illustrateur audacieux, 1 équipe de design du
tonnerre et 1 approche rigoureusement flexible
qui laisse la place à l'expérimentation.

Notre objectif: vous offrir un *memento* à la fois émotif
et intellectuel de l'événement. Nous espérons que
ces *Notes* contribueront à raviver les conversations
initiées au cours de ces trois jours et même, qui sait,
à en inspirer de nouvelles avec de futurs partenaires,
collaborateurs et amis.

Bonne lecture!

Caroline Lavigne
rédactrice en chef
— Les Notes de C2

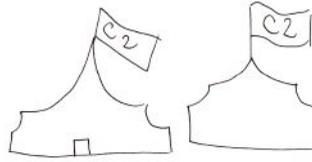
LA 6^E ÉDITION DE C2 MONTRÉAL

POURQUOI NOUS SOMMES ICI

Chaque année, des dirigeants du monde entier viennent à C2 Montréal pour trouver de l'inspiration, apprendre, rencontrer des gens et faire des affaires. Mais nous espérons que les gens viennent à C2 pour des raisons plus fondamentales. Voici pourquoi nous sommes ici :

- + Nous sommes ici parce que nous voyons ce qui se passe dans le monde.
- + Nous sommes ici parce que nous savons qu'on ne peut plus faire des affaires comme on le faisait auparavant.
- + Nous sommes ici parce que nous sommes conscients que la prospérité des entreprises passe par celle de la société.
- + Nous sommes ici parce que nous choisissons de réfléchir à long terme.
- + Nous sommes ici parce que nous préférons la collaboration à la concurrence.
- + Nous sommes ici parce que nous croyons que, en tant que femmes et hommes d'affaires, nous avons un rôle important à jouer pour repenser notre avenir collectif.
- + Nous sommes ici parce que nous savons que nous devons nous réorganiser en tant que leaders et transformer nos entreprises.

NOUS SOMMES ICI PARCE
QUE NOUS PRÉFÉRONS LE
PROGRÈS AU CYNISME.



Merci d'être avec nous

Merci à tous ceux qui ont participé à C2 Montréal 2017 et qui nous poussent à réinventer l'événement chaque année. Vous nous avez dit que vous vouliez mettre la main à la pâte: en quatre ans, nous sommes passés de 450 places dans les ateliers, classes de maître et labs à 14 000 places cette année—et ce n'était pas encore assez. Nous vous avons compris, vous en voulez plus.

Merci à ceux qui sont venus d'aussi loin que l'Argentine, le Mexique, le Brésil, la Chine ou le Bangladesh. Merci aussi à nos amis australiens, avec qui nous entreprenons l'aventure C2 Melbourne les 30 novembre et 1er décembre 2017.

Merci à nos partenaires fondateurs, le Cirque du Soleil et Sid Lee, qui ont eu l'idée à la base de cet événement et ont lancé l'aventure il y a six ans, ainsi qu'aux 72 autres partenaires (dont plusieurs sont également membres du conseil d'administration) qui rendent cet événement possible.

Merci à ceux qui construisent, peignent, numérisent, codent, et travaillent en coulisses pour transformer les rêves en réalité.

Merci à tous les bénévoles pour leur temps et leur empathie. Grâce à eux, chaque participant à C2 est VIP.

Et un remerciement spécial à l'équipe C2—formée en grande partie de milléniaux et de femmes à 60% (que le monde se le tienne pour dit!)—, qui se dévoue corps et âme toute l'année pour s'assurer que, avec tous ceux mentionnés plus haut, nous faisons notre part pour faire avancer la société.

C'est un honneur et un privilège de collaborer avec vous.

RICHARD, CHLOÉ, DUNCAN, GÉNIFÈRE, MARTIN E, MARTIN V
ET NOTRE PRÉSIDENT DU C.A., JF

L'ÉQUIPE

C2 MONTRÉAL 2017



PRÉSIDENT

Richard St-Pierre

V.-P. EXÉCUTIF AUX OPÉRATIONS

Martin Enault

V.-P. OPÉRATIONS

Duncan Fisher

V.-P. PARTENARIATS

Chloé Langevin

V.-P. CRÉATION ET CONTENU

Génifère Legrand

V.-P. FINANCES

Martin Vallée



LES NOTES DE C2 MONTRÉAL 2017

RÉDACTRICE EN CHEF

Caroline Lavergne

RÉDACTRICE PRINCIPALE, LES NOTES

Laura Beeston

RÉDACTEURS PRINCIPAUX, C2

Jamie O'Meara

Martine Rhéaume

ASSISTANTE ÉDITORIALE

Émilie Mégrouërche

RÉDACTEURS

Dave Lank

Kirsten Weisenburger

Paul De Turreil

Robyn Fadden

Sarah Anna McMahon-Sperber

RESPONSABLES DES PRENEURS DE NOTES

Hala Mreiwed

Selma Idjeraoui

PRENEURS DE NOTES

Alexandre Vallée (EY)

Camille Lachance Gaboury

Catherine Quinn

Corina Paraschiv

Jean-Pierre Le Grand

Julia Pouliot-Lapointe (EY)

Julie McIntosh

Johanne Veilleux

Lawrence Esso

Matt Budd (EY)

Margarita Psihogios

Maxime Courteau (EY)

Maxime Deschenes-Trottier (EY)

Miansta Razafindramanana

Omar Zerrad (EY)

Ségoène Chateau (EY)

Sherley Normandeau

Sophia Kapchinsky

Valérie Laganière (EY)

DIRECTRICE ARTISTIQUE

Élisabeth Charbonneau

GRAPHISTE

Tatiana Matsoulevitch

GESTIONNAIRE DE CONTENUS MÉDIAS

Laurence Dolbec

ILLUSTRATEUR

Cyril Doisneau

TRADUCTEURS

Vicky Bernard

Anne Laguë

Maude Labelle

Louis Monier

OXO Translations

CRÉATION ET CONTENU

V.-P. CRÉATION ET CONTENU
Génifère Legrand

Expériences collaboratives

DIRECTEUR —
EXPÉRIENCES COLLABORATIVES
Antoine Roy-Larouche

RESPONSABLE —
EXPÉRIENCES COLLABORATIVES
Joëlle Sarrailh

CHARGÉS DE PROJETS —
EXPÉRIENCES COLLABORATIVES
Claire Grillet
Simon Emmanuel Roux

CHARGÉS DE PROJETS — OPÉRATIONS
Kirk Duval
Luc Vallée

COORDONNATRICES —
EXPÉRIENCES COLLABORATIVES
Myriam Lagueux
Solen Martin-Déry

COORDONNATRICES ADJOINTES —
EXPÉRIENCES COLLABORATIVES
Anne-Marie Durant T.
Emma Level

RESPONSABLE DES FACILITATEURS
Hélène Caron

Programmation

DIRECTEUR DE LA PROGRAMMATION
Alexandre Haarman

RESPONSABLE DES
RELATIONS CONFÉRENCIERS
Dominique D. Toth

RESPONSABLE DE LA RECHERCHE
ET PROGRAMMATION
Théo L. Richer

COORDONNATRICES
À LA PROGRAMMATION
Coline Bechoux
Charlotte Mercille

Contenu éditorial

RÉDACTRICE EN CHEF
Caroline Lavergne

RÉDACTEUR PRINCIPAL
Jamie O'Meara

RESPONSABLE DE LA RÉDACTION
Martine Rhéaume

RÉDACTRICE PRINCIPALE (LES NOTES)
Laura Beeston

CHARGÉE DE CONTENU ET
DE PRODUCTION — AQUARIUM
Élodie Gagnon

Programmation artistique

METTEUR EN SCÈNE
Mirko Trierenberg

CHARGÉE DE PROJETS —
PROGRAMMATION ARTISTIQUE
Émilie Bombardier

COORDONNATRICE À
LA MISE EN SCÈNE
Mariflore Beaudin-Véronneau

COORDONNATEUR —
PROGRAMMATION ARTISTIQUE
Philippe Pelletier

Scénographie et design

SCÉNOGRAPHE PRINCIPAL
Guillaume Lord

SCÉNOGRAPHE
Philippe Lord

DESIGNER D'ENVIRONNEMENTS
Judith Portier
(Design par Judith Portier)

Design graphique et projets audiovisuels

DIRECTRICE ARTISTIQUE —
IMAGE DE MARQUE
Elisabeth Charbonneau

GESTIONNAIRE
DE CONTENUS MÉDIAS
Laurence Dolbec

GRAPHISTE SENIOR
Jessica Charbonneau

GRAPHISTES
Tatiana Matsoulevitch
Ellie Stringer

GESTIONNAIRE
DE CONTENUS VIDÉO
Tania Rodrigues Costa

PRODUCTION ET OPÉRATIONS

V.-P. EXÉCUTIF AUX OPÉRATIONS
Martin Enault

V.-P. OPÉRATIONS
Duncan Fisher

DIRECTEUR DE PRODUCTION
Nicolas Zlicaric

DIRECTRICE ADJOINTE — PRODUCTION
Jacqueline Dettwiler

COORDONNATRICE — PRODUCTION
Laura Patrick

ACHÉTEUR DE PRODUCTION
Nicolas Goehry

CHARGÉ DE PROJETS — OPÉRATIONS
Vincent Lafrenaye-Lamontagne

CHARGÉ DE PROJETS —
OPÉRATIONS F+B
Antoine Protat

DIRECTEUR DE LA SÉCURITÉ
Stéphane Brosseau

CHARGÉ DE PROJETS —
GRAND CHAPITEAU 360
Keven Ouellet

CHARGÉ DE PROJETS —
SIGNALÉTIQUE
Jean-François Daviau

COORDONNATRICES —
PRODUCTION ET RH
Gaia Maria Leroux
Kim Huard-Carette

COURSIER DE SITE
Guy Rivest

COORDONNATEUR —
TRANSPORT LOCAL
Hector Poblete

COORDONNATEUR — CIRCULATION
Denis Lamothe

SUPERVEISEURE ENVIRONNEMENT
Maude Lamarche

Technique

DIRECTEUR TECHNIQUE
Sébastien Boulanger

ASSISTANTE AU
DIRECTEUR TECHNIQUE
Anne-Frédérique Ménard

CONCEPTEUR DE
L'ÉCLAIRAGE GÉNÉRAL
Bruno Rafie

CONCEPTEUR DE SONORISATION
Harvey Robitaille

CONCEPTEUR DE VIDÉO /
COORDONNATEUR TECHNIQUE —
GRAND CHAPITEAU 360
Eric Fortin

COORDONNATEUR TECHNIQUE — PLAZA
Frédéric Lamquin

CHEF MACHINISTE —
GRAND CHAPITEAU 360
Michel Thérien

Aménagement

DIRECTEUR — AMÉNAGEMENT

Colin Garceau-Tremblay

COORDONNATEUR — SCÉNOGRAPHIE

Jean-François Archambault

CHARGÉE DE PROJETS — SCÉNOGRAPHIE

Nadine Sigouin-Cantin

DESSINATEUR

Guillaume Kukucka

DÉCORATRICE

Jeanne Ménard Leblanc

CHEF MACHINISTE — SITE

Stéphane Leduc

ASSISTANT CHEF MACHINISTE —
ARSENAL

Jean-Pierre Groulx

ASSISTANTE CHEF MACHINISTE —
PLAZA

Val Poinson

CHARGÉ DE PROJET ADJOINT

Jean-Marc Galay

DESSINATEUR / CHARGÉ DE PROJET —
ÉCHAFAUDS

Louis Héon

DESSINATEURS —
PROJETS SPÉCIAUX

Clément Vives

Pierre-Luc Boudreau

CHEF — ENTREPÔT

Yvano Viens

COORDONNATEUR — ENTREPÔT

Simon Sénéchal-Fortin

Régie

RÉGISSEUSE PRINCIPALE

Chantal Poirier

ADJOINTE À LA
RÉGISSEUSE PRINCIPALE

Sandy Caron

RÉGISSEUSE —
GRAND CHÂTEAU 360

Audrey Lamontagne

RÉGISSEUSE — CABARET

Isabelle Montpetit

RÉGISSEUSE DE SITE

Adèle Fairfield

Services aux participants

DIRECTEUR — SERVICES
AUX PARTICIPANTS

Pierre Noïnski

DIRECTEUR —
EXPÉRIENCE CULINAIRE
ET BARS

Martin Beauchamp

ANALYSTE D'AFFAIRES

Jérôme Gangloff

RESPONSABLE
DES ACCRÉDITATIONS

Julie Blais

CHARGÉE DE PROJETS —
CONCIERGES EXTRAORDINAIRES

Sophie Gadoury

CHARGÉE DE PROJETS —
BÉNÉVOLES

Josée Lacombe

CHARGÉ DE PROJETS — TI

Baptiste Benoist

COORDONNATEUR — TI

Julien Tessier

COORDONNATEUR —
CONCIERGES EXTRAORDINAIRES

Philip Lieng

COORDONNATRICE — BÉNÉVOLES

Mylène Chartrand

COORDONNATRICE —
SERVICES PARTICIPANTS

Lori Nelis

COORDONNATRICE —
OPÉRATIONS SERVICES
PARTICIPANTS

Marie-Aude Ardizzone

COORDONNATEURS —
ACCRÉDITATIONS ET
CONTRÔLE D'ACCÈS

David Bérard

Fiona Berthelot

COMMISSAIRE À LA SAISIE
DE DONNÉES

Véronique Leblanc

CHEF PLACIÈRE

Sabrina Tremblay

PARTENARIATS ET DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

V.-P. PARTENARIATS

Chloé Langevin

Partenariats

DIRECTRICE DES
PARTENARIATS INTERNATIONAUX

Leisha MacDonald

DIRECTEUR DES PARTENARIATS —
OPÉRATIONS

Hugo Geairon

CONSEILLÈRE EN STRATÉGIE
DE CONTENU

Jeanne Dorelli

DIRECTEURS DE COMPTES

Alexa MacLean

William Dovert

Catherine Dupont-Gagnon

COORDONNATRICES DE COMPTES

Catherine Lareau

Stéphanie Bergot

Renee Hampton

Alexandra Côté

GESTIONNAIRES —
DÉLÉGATIONS INTERNATIONALES

Sylvia Essemble

Leah Fried

COORDONNATRICES —
DÉLÉGATIONS INTERNATIONALES

Charlotte Boivin

Emma Cesvet

COORDONNATRICE — ACCRÉDITATIONS
ET PLATEFORME PARTENAIRES

Laurie Goudreau

ASSISTANTE COORDONNATRICE —
ACCRÉDITATIONS ET PLATEFORME
PARTENAIRES

Maryse Chaussé

RESPONSABLE DES OPÉRATIONS —
PARTENARIATS

Adel Remila

CHEFS D'ÉQUIPE TERRAIN

Jakub Szrodt

Augustin Myard

RESPONSABLE DES BÉNÉVOLES

Ana Bohuon

Développement des affaires

DIRECTRICE PRINCIPALE —
DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Anick Beaulieu

GESTIONNAIRES SÉNIOR —
DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Jessica Gibbons

Mikaël Chagnon

GESTIONNAIRE — VENTES ET MARKETING

Maude Gendron

DIRECTRICE DE COMPTES — GROUPES

Geneviève Rousseau

COORDONNATRICE —
DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Sasha Morel

Relations publiques et médias sociaux

DIRECTRICE —
RELATIONS PUBLIQUES
Anne Dongois

DIRECTRICES —
RELATIONS PUBLIQUES, MONDE
Effie Giannou
Geneviève Sharp

COORDONNATRICE —
RELATIONS PUBLIQUES
Camille Turbide

RELATIONNISTE —
ÉTATS-UNIS
Diane Murphy

RESPONSABLE DES MÉDIAS
SOCIAUX
Tara Hunt

CRÉATRICE DE CONTENU
MÉDIAS SOCIAUX
Maria Vassiliou

TECHNOLOGIES

V.-P. EXÉCUTIF AUX OPÉRATIONS
Martin Enault

DIRECTEUR — TECHNOLOGIES
Sun Knudsen

ARCHITECTES LOGICIEL
Jeff Riaboy
Karel Ledru

TECHNOLOGUE
Marek Zaluski

DÉVELOPPEUR WEB
Benjamin Pétrieux

CHARGÉE DE PROJETS
Rosie Veeren

ADMINISTRATION

V.-P. FINANCES
Martin Vallée

Finances et comptabilité

CHEF COMPTABLE
Marie Trottier

ANALYSTE FINANCIÈRE
Samuelle Mercier

TECHNICIENNES COMPTABLES
Roxanne Turgeon
Yves-Emmanuel Toussaint
Sandrine Latourelle Laganière

COMMIS COMPTABLE
Iryna Yaremchuk

RH et administration

RESPONSABLE DES
RESSOURCES HUMAINES
Anne Monier

ADJOINTES EXÉCUTIVES
Ariane Lévesque
Daphnée Nadeau

PROJETS SPÉCIAUX

PRODUCTEURS
Nick Cogger
Marie-Ève Guay
Marie-Ève Bourgeois
Tania Rodrigues Costa



CONSEIL D'ADMINISTRATION

Jean-François Bouchard
PRÉSIDENT DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION ET COFONDATEUR,
SID LEE — PRÉSIDENT DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION DE C2 MONTRÉAL

Richard St-Pierre
PRÉSIDENT, C2 MONTRÉAL —
TRÉSORIER DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION DE C2 MONTRÉAL

Michel Boislard
ASSOCIÉ, FASKEN MARTINEAU —
SECRÉTAIRE DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION DE C2 MONTRÉAL

Luc Bernard
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL,
GROUPE MULTI-PRÊTS

Claudine Blondin Bronfman
COPRÉSIDENTE DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION, FONDATION
DE LA FAMILLE CLAUDINE
ET STEPHEN BRONFMAN

Yves Lalumière
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL,
TOURISME MONTRÉAL

Pierre Larochelle
VICE-PRÉSIDENT, POWER CORPORATION

Michel Leblanc
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL,
CHAMBRE DE COMMERCE DU MONTRÉAL
MÉTROPOLITAIN

Jean Novak
PRÉSIDENT VIDÉOTRON SOLUTIONS
D'AFFAIRES, VIDÉOTRON

Stéphane Lefebvre
CHEF DE LA DIRECTION FINANCIÈRE,
CIRQUE DU SOLEIL

Roger Duguay
ASSOCIÉ, BOYDEN

Simon Olivier
VICE-PRÉSIDENT PRINCIPAL, AGROPUR

Myriam Achard
DIRECTRICE DES COMMUNICATIONS ET
DES RELATIONS PUBLIQUES, CENTRE PHI

Jade Raymond
DIRECTRICE GÉNÉRALE DU PORTFOLIO,
ELECTRONIC ARTS (EA)

OBSERVATEURS INVITÉS

Géraldine Martin
DIRECTRICE DE L'ENTREPRENEURIAT,
DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE,
VILLE DE MONTRÉAL

Nancy Rosenfeld
PRÉSIDENTE, FONDATION DE LA FAMILLE
CLAUDINE ET STEPHEN BRONFMAN



3

jours

102

conférenciers

6 500

participants,
provenant de 50 pays
et de 26 industries

1

nouveau Forum IA

4

réfugiés ayant pris
part au programme
De l'idée à l'impact

72

partenaires





77

ateliers et classes
de maître

135

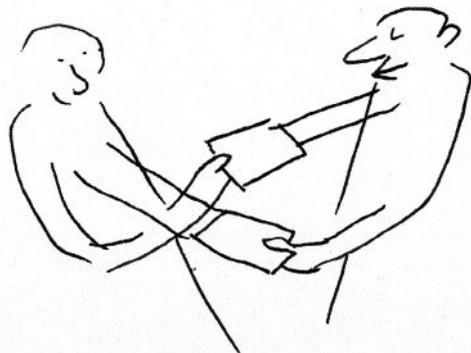
startups et PME
invitées par l'entremise
de 4 programmes
d'entrepreneuriat

3 779

rencontres au moyen des braindates

76 000

échanges de contacts grâce
à la plateforme klik







NOTRE THÈME DE 2017

LES ÉCOSYSTÈMES

Chaque année, nous choisissons un nouveau thème pour orienter les discussions, diriger nos actions et inspirer nos participants et partenaires. Plus que jamais, nous sommes conscients de l'effet qu'ont chacun de nos choix sur les autres. Nous croyons que les frontières sont chose du passé, et c'est pourquoi, en 2017, nous avons choisi de nous concentrer sur les *Écosystèmes*.

Tout au cours de cette nouvelle étape du parcours de C2, à l'intersection du commerce et de la créativité, nous avons voulu mieux comprendre les écosystèmes d'affaires et sociaux dont nous faisons partie.

Plus précisément, nous avons programmé des conférences, panels, classes de maître, ateliers, labs et expériences pour nous aider à approfondir les questions suivantes :



Comment développer les talents dans un contexte d'affaires en constante évolution ?



Quel est le nouveau rôle du spécialiste du marketing dans des marchés de plus en plus complexes ?



Comment réinventer le divertissement à mesure que le comportement du public évolue ?



Comment penser et concevoir les villes comme des organismes vivants ?



D'où proviendront les prochaines grandes avancées ? Quelle sera la prochaine grande révolution pour l'humanité ?

LE CONTENU DES NOTES DE C2 MONTRÉAL 2017 REFLÈTE LES GRANDES IDÉES ET LES LEÇONS TIRÉES DE CES CONVERSATIONS.



ECOSYSTÈMES

27



TALENT

77



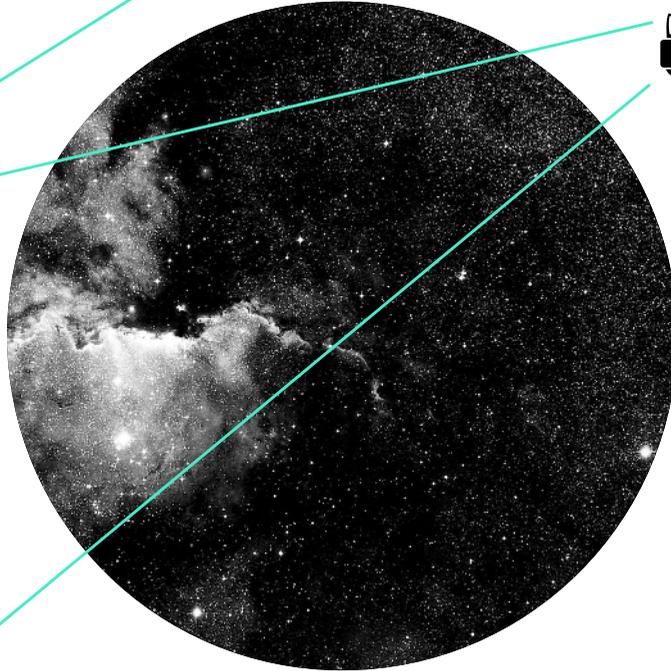
DIVERTISSEMENT

181



MARKETING

143



VILLES

229



GRANDES AVANCÉES

265

IDÉES RÉCURRENTES RECUEILLIES À C2 MONTRÉAL 2017

Que ce soit sur scène ou dans les ateliers, classes de maître, labs ou braindates, nous avons entendu des milliers de nouvelles idées, de réflexions éclairantes, et même quelques rêves d'un avenir meilleur, pour les affaires comme pour la société en général.

Nous avons fait de notre mieux pour immortaliser un maximum de moments survenus durant cette sixième édition de C2, de Joel Beckerman qui *rocke* le keytar à Chris Burch en position fœtale en plein Grand chapiteau 360. Et cela nous a permis de repérer quelques thèmes récurrents.

« Le statu quo ne veut rien dire »

Avec l'authenticité et la passion qui le caractérisent, Mæstro Kent Nagano nous a impressionnés deux fois plutôt qu'une en inaugurant trois jours de programmation dans le Grand chapiteau 360. Au cœur des réflexions : mettre l'être humain au centre de ses activités artistiques et commerciales, cultiver son empathie, créer des liens émotionnels et l'importance de créer des réseaux et des relations. « Le secret de la résolution de problème ? a demandé le designer Dror Benshetrit. C'est l'amour. La réponse, c'est l'amour. » Steve Wozniak, lui, nous parle plutôt de bonheur.

« La technologie n'est pas un acte du destin »

L'ancienne conseillère politique en intelligence artificielle de Barack Obama, Terah Lyons, l'a dit d'emblée : les nouvelles technologies nous mèneront là où l'on choisit d'aller. En réfléchissant à l'avenir du travail et de l'humanité en général, nous avons discuté des opportunités d'affaires autant que des considérations éthiques posées par l'intelligence artificielle. Notre tout premier Forum IA, présenté en partenariat avec Element AI, visait à comprendre l'état de la recherche, les applications et les innovations à surveiller dans le domaine de l'apprentissage machine. Nous avons également réfléchi à notre relation avec les machines et à la façon de nous assurer que la prochaine révolution industrielle soit équitable.



NOUS VOULONS VOUS ENTENDRE

Quelles idées avez-vous retenu de C2 Montréal 2017 ? Partagez-les à lesnotes@c2.biz et découvrez les réflexions des autres participants.



La confiance est primordiale...

Dans un monde qui frôle la post-vérité, la confiance est une denrée rare. Du blockchain aux nouveaux modèles de banques et de cryptomonnaies, en passant par l'idée d'impliquer chaque employé comme s'il était le PDG, la décentralisation de systèmes entiers a été au cœur de vives discussions. De nos jours, il est essentiel de bâtir et partager les liens de confiance. Et ça ne s'achète pas.

... et le risque aussi

Selon Sukhinder Singh Cassidy, le risque et la résilience sont des muscles qu'il faut entraîner. Leonard Brody et Laura Henderson de BuzzFeed proposent de prendre des risques à court terme pour survivre à long terme. Dans le lab Ciel, nous avons réfléchi à l'importance de sortir de notre zone de confort et de viser haut pour faire une différence, et Randi Zuckerberg nous a donné envie de faire ce qui nous donne des sueurs froides.

« L'innovation commence par la narration »

C'est ce qu'affirme celui qui utilise la science-fiction pour amener l'impression 3D dans l'espace, Kyle Nel. Le pouvoir du storytelling, spatial ou terrestre, a été un thème omniprésent pendant toute la conférence. Ben Boyd a rappelé combien les histoires peuvent toucher les cœurs, les esprits et les portefeuilles. Selon Amanda Hill, elles sont le chemin « le plus direct entre deux personnes ».

En écoutant les histoires vécues par les réfugiés participant aux sessions De l'idée à l'impact, nous nous sommes rappelé que l'empathie devrait toujours être notre premier réflexe. Nos façons d'entrer en relation avec les autres, d'expliquer qui nous sommes, de défendre nos idéaux et d'innover dépendent directement de la manière dont nous abordons les gens et les sujets.

ET VOUS, QUELLE SERA VOTRE
CONTRIBUTION POUR L'AVENIR ?

IMPOSSIBLE DE
MANQUER LA TEMPÊTE DE
MOTS ET D'IDÉES QUI
TOURBILLONNAIT AUTOUR
DU HANGAR: NOUS AVONS
NOMMÉ LE **BRAIN**, LE
TIMES SQUARE DE C2. UN
THÉÂTRE D'INFORMATION
EN DIRECT DÉVELOPPÉ
EN COLLABORATION AVEC
LE CENTER FOR DATA
ARTS, AFFILIÉ À THE NEW
SCHOOL À NEW YORK, LE
BRAIN A CRÉÉ UN MONTAGE
IMPRESSIONNISTE VISANT
À CAPTER L'ESPRIT DE C2
AU VOL. LE CONTENU EN
TEMPS RÉEL ÉTAIT FOURNI
PAR VOTRE DÉVOUÉE
ÉQUIPE DES NOTES.



mobil

rou

proach to solving th
that's the
aground wa

business

Intelligence.

in North A
We a

via

ss:

et up bring in all the stakeholders

model for which innovations?

Can we tap into the subconscious effects on ecosystems? Change?

How we re
ow can

hinks the great
search for ar
shavioral ecob



... a dividend of diverse event than a business
that Mont solutions of es
generation spends 1.8 is es
model for which innovatio

aries are a key lever in enabling refugees
cs and science be useHow to what is conver
to find sol
national mark



MÊME YOUPPI!, LA
MASCOTTE OFFICIELLE
DES CANADIENS DE
MONTRÉAL, EST PASSÉ
POUR UNE BRAINDATE À
C2 MONTRÉAL 2017. ON NE
PEUT QU'IMAGINER CE QUE
L'AMBASSEDEUR SPORTIF
DE LONGUE DATE AVAIT À
APPRENDRE ET À PARTAGER
AVEC LES PARTICIPANTS.







SYNERGY

009

02

010

001

008

BARET

LE RAV

LA VERDURE



En décembre 2015, on comptait 1,17 million d'établissements employeurs au Canada. Parmi ceux-ci, 97,9% étaient des petites entreprises, selon Statistiques Canada.

1,3 milliard de personnes vivent sous le seuil de pauvreté à travers le monde et 285 millions d'entre elles sont des filles.

Ce n'est pas de la tarte: selon Nicolas Fonseca de In the Mouth, la Californie produit 80% des fraises aux États-Unis et le Québec, 80% des fraises canadiennes.

Michelin prédit qu'il y aura un manque à gagner de 120 milliards de dollars dans les dépenses liées aux infrastructures mondiales d'ici 2050.



ÉCOSYSTÈMES



Dans ce premier chapitre, nous partons à la découverte de notre monde hyperconnecté.

Dans les pages qui suivent, vous trouverez des conseils de la part de ceux qui brouillent les frontières entre les secteurs et les domaines d'expertise, nous offrant ainsi un avant-goût d'un avenir axé sur la collaboration.

- + Quelles tendances et transformations ont un impact grandissant sur toutes les industries et disciplines ?
- + À mesure que les connexions se font moins linéaires et les réseaux, plus complexes, comment les entreprises et leurs leaders pourront-ils reconnaître et saisir les opportunités ?
- + Quelles sont les meilleures pratiques pour favoriser et gérer des communautés et des marchés mondiaux et locaux, segmentés et complémentaires ?
- + Comment nos activités, ressources et stratégies doivent-elles s'adapter pour puiser des connaissances, de l'inspiration, de la créativité et du changement de sources inattendues ?
- + Qui devriez-vous connaître mais n'avez toujours pas rencontré ? Où sont ces gens ?



DANS CE CHAPITRE

CONFÉRENCES + PANELS ●

ATELIERS ●

CLASSES DE MAÎTRE ●

ET PLUS ENCORE ●

31

L'année des hybrides
LINDA BOFF (GE)

33

Un nouvel ordre mondial
LEONARD BRODY
(ENTREPRENEUR EN SÉRIE)

35

Place aux filles
FARAH RAMZAN GOLANT
(GIRL EFFECT)

37

Capter la culture humaine
JIMMY NELSON (PHOTOGRAPHE)

39

Le modèle circulaire
en quelques mots
IDEO

41

Jeunes pousses à
la conquête du monde
ENACTUS

42

S'attaquer aux enjeux sociaux
avec le design
MARK BRAND (SAVE ON MEATS)

43

La vie c'est comme une boîte
de chocolats
NICOLA FARINETTI (EATALY USA)

45

À chacun sa part du gâteau
LAB C2

51

Convaincre les grands
de jouer ensemble
ERIK GRAB (MICHELIN)

53

De l'isolement à l'action
MICHAEL SLABY (TIMSHEL)

55

La simulation comme remède
DR RAJESH AGGARWAL
(UNIVERSITÉ MCGILL)

57

Transcender la tech
JEAN-FRANÇOIS BOUCHARD
ET NEILSON VIGNOLA (CIRQUE DU SOLEIL)

61

Oracle de la tech
GARY SHAPIRO
(COMPUTER TECHNOLOGY ASSOCIATION)

63

Quelques minutes avec Woz
STEVE WOZNIAK

L'AVENIR DU FUTUR

73

Naviguer les marchés
superfluides
EY



Linda Boff

CHEF DU MARKETING, GE
@LINDABOFF



« LES IDÉES SONT LES ENNEMIES DU STATU QUO. »

Linda Boff, qui se définit comme une exploratrice du numérique, contribue à positionner GE comme une startup de 125 ans et comme chef de file de la révolution industrielle numérique.

Cela veut dire donner vie à de grandes idées : « La grande réalisation de Thomas Edison, fondateur de GE, n'a pas été l'invention de l'ampoule électrique, mais bien sa commercialisation. »

Cela signifie aussi parler aux « Slashers », ces gens à l'intersection de plusieurs disciplines qui trouvent des façons de rassembler les idées et de transformer entreprises et industries.



À VISIONNER

« Sarah » une brève vidéo sur l'avenir de l'industrie numérique.



UN NOUVEL ORDRE MONDIAL



Leonard Brody

INVESTISSEUR ET
ENTREPRENEUR EN SÉRIE
@LBRODY

« NOUS ASSISTONS À LA RÉINITIALISATION
DU SYSTÈME D'EXPLOITATION DE NOTRE
PLANÈTE. C'EST LA PLUS GRANDE MUTATION
INSTITUTIONNELLE DE L'HISTOIRE DE
L'HUMANITÉ. »

Leonard Brody n'est pas étranger à l'accélération des changements. Entrepreneur en série et investisseur, il a cofondé le site de journalisme citoyen NowPublic et est cofondateur de GrowLab, un accélérateur basé à Vancouver et à San Francisco.

Leonard est persuadé que 100 ans de rapides mutations sociales et économiques ont rendu nos institutions désuètes. Et l'arrivée d'Internet n'a fait qu'accélérer les choses.

Comment survivre au grand bouleversement

La société telle qu'on la connaît est en train de changer. « The Great Rewrite », comme Leonard l'appelle, est la reconfiguration de notre rapport à la gouvernance, aux institutions et aux autres. Il se préoccupe des façons dont les gouvernements, les systèmes d'éducation et la religion sont mal outillés pour répondre à nos besoins dans cette ère de bouleversements.

Il y a un fossé profond entre les personnes que nous sommes devenues, les outils qui nous sont accessibles et l'incapacité des institutions à maintenir le rythme, dit-il.



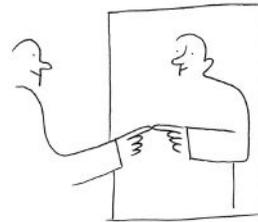
▼ Grandes questions

DANS UN MONDE OÙ LE CHANGEMENT ACCÉLÉRÉ EST LA NORME ET OÙ LES INSTITUTIONS DEVIENNENT OBSOLÈTES, COMMENT LES ENTREPRISES PEUVENT-ELLES S'ADAPTER ? COMMENT RESTER PERTINENT DANS UN ENVIRONNEMENT DONT LES CONTOURS SE REDESSINENT CONSTAMMENT ?

Se devancer soi-même

Un conseil pour prospérer en ces temps de perturbations : devenez votre propre concurrent. Pour créer des conditions favorables à la survie à long terme, les entreprises devraient avoir pour objectif de générer 10 % de revenus avec un nouveau produit chaque année, affirme-t-il.

« Le parallélisme, c'est lancer des entités qui peuvent survivre et prospérer de manière autonome. »



Tinder : le parallélisme en action

LA SOCIÉTÉ MÈRE MATCH.COM
A COCRÉÉ L'INCUBATEUR
HATCH LABS QUI A DÉVELOPPÉ
LA POPULAIRE APPLICATION
DE RENCONTRE.



PLACE AUX FILLES

Et si nous donnions les moyens aux 285 millions de filles vivant dans la pauvreté à travers le monde de devenir des agents de changement positif? PDG de Girl Effect, Farah Ramzan Golant utilise son expérience de l'industrie des médias pour développer des programmes qui aident les filles à sortir de la pauvreté. Pour ce faire, elle recourt à des outils marketing éprouvés, qu'elle utilise de façons inédites.



Farah Ramzan Golant

PDG, GIRL EFFECT
@GIRLEFFECT

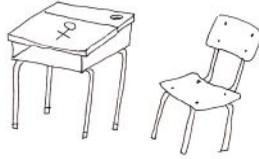
« LORSQUE VOUS FAITES FACE À VOS PLUS GRANDS SCEPTIQUES, VOUS EN RESSORTEZ PLUS FORT ET PLUS INVESTI DANS VOTRE TRAVAIL. »

Chaque fille est un vecteur de changement social

Dans certains pays africains comme le Nigeria et l'Éthiopie, donner des chances aux filles, c'est bousculer l'état des choses. « Les filles ont le plus grand effet de levier quand il s'agit de s'attaquer à la pauvreté, » croit Farah. « Tout démontre qu'à mesure qu'une fille s'élève, elle redéfinit les perspectives économiques pour sa famille, sa communauté et son pays entier. »

Il ne suffit pas de construire une école

Il est essentiel que les organisations qui développent des services pour aider les plus pauvres s'occupent aussi de stimuler la demande, surtout quand les normes sociales en découragent l'accès. Vous aurez beau construire une école, si les filles doivent l'abandonner pour se marier ou si elles ne parviennent même pas à s'y rendre, l'effort est vain. Il faut s'atteler à changer les comportements basés sur des croyances ancestrales.



Une appli pour toutes

Girl Effect a mis entre les mains des jeunes filles des communautés isolées du nord du Nigeria une application mobile de recherche par les pairs. Les ambassadrices TEGA (**T**echnology **E**nabled **G**irl **A**mbassadors) utilisent l'application pour amasser des données sur leur vie, immédiatement visibles sur une plateforme sécurisée. Simplifiant non seulement le processus de recherche permettant de mieux connaître cette population, TEGA procure confiance, revenus et compétences technologiques aux filles.



La pop pour sauver le monde

YENGA, UN GROUPE DE MUSIQUE JEUNESSE POUR ET PAR DES FILLES ÉTHIOPIENNES, ABORDE DES QUESTIONS COMME L'ÉDUCATION ET LE MARIAGE FORCÉ. SA GRANDE POPULARITÉ A FAIT NAÎTRE UN DIALOGUE ET UN CHANGEMENT SOCIAL.

VOYEZ YENGA EN ACTION SUR LE SITE DE [GIRL EFFECT](#).



Filles et pauvreté

1,3 MILLIARD DE PERSONNES VIVENT SOUS LE SEUIL DE LA PAUVRETÉ

285 MILLIONS D'ENTRE ELLES SONT DES FILLES, VIVANT AVEC MOINS DE 1,25\$ PAR JOUR

6,3 MILLIONS DE FILLES NIGÉRIANES NE VONT PAS À L'ÉCOLE

100 MILLIONS DE PERSONNES VIVENT EN ÉTHIOPIE

9 MILLIONS D'ENTRE ELLES SONT DES FILLES

8,5 MILLIONS D'ÉTHIOPiens ONT ENTENDU LA MUSIQUE DE YENGA

Girl Effect, des résultats probants

65% DU PUBLIC DE YENGA ENVISAGE DIFFÉREMMENT LES ENJEUX QUI TOUCHENT LES FILLES

76% DES JEUNES FILLES QUI SUIVENT YENGA ONT ÉTÉ INSPIRÉES À CONTINUER LEURS ÉTUDES

95% DES GARÇONS QUI ONT PARTICIPÉ AU SONDAGE ONT AFFIRMÉ ÊTRE CONTRE LE MARIAGE FORCÉ



Jimmy Nelson

PHOTOGRAPHE
[@JIMMY_P_NELSON](#)

« CE N'EST PAS DE
L'ETHNOLOGIE, NI DE
L'ANTHROPOLOGIE, NI
MÊME DES TRIBUS.
L'IMPORTANT, C'EST DE SE
DEMANDER COMMENT NOUS
NOUS PERCEVONS LES
UNS LES AUTRES EN TANT
QU'ÊTRES HUMAINS. »

Dans son livre *Before They Pass Away*, Jimmy a immortalisé bon nombre des dernières tribus et cultures indigènes de ce monde dans toute leur beauté, leur puissance et leur iconographie.

Son rôle de photographe a permis à Jimmy d'apprendre à mieux se connaître et à mieux comprendre les gens qui l'entourent. Sa conclusion ? « Nous sommes tous pareils. Nous vivons tous les mêmes émotions : on aime, on rit, on pleure, on s'embrasse, on désespère et on fait la fête. »





📷 ARIANNE BERGERON



LE MODÈLE CIRCULAIRE EN QUELQUES MOTS

L'économie linéaire nous mène droit dans un cul-de-sac; d'ici 2050, il y aura plus de plastique que de poissons dans l'océan. L'économie circulaire a pour objectif de revaloriser chaque pièce d'un produit et chaque ressource utilisée dans son procédé de fabrication. Ses partisans affirment que l'économie circulaire pourrait même réduire de 50% nos émissions de carbone.

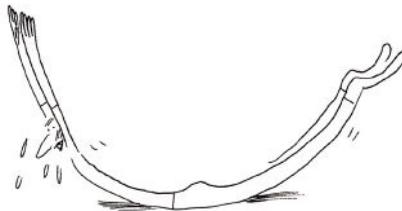
Chris Grantham

DIRECTEUR DE PORTFOLIO
ÉCONOMIE CIRCULAIRE,
IDEO LONDON

« LE GASPILLAGE N'EXISTE PAS
À L'ÉTAT NATUREL. IL N'Y A
NI DÉBUT NI FIN AU PROCESSUS
DE DESIGN CIRCULAIRE. »

IDEO a organisé une classe de maître vouée à inspirer le *design thinking*, dont le design circulaire est un élément clé. Il implique la conception de produits destinés à être recyclés ou revalorisés et demande d'éviter au préalable que ses composantes n'aboutissent au dépotoir.

Par exemple, le design circulaire peut aider à concevoir un produit qui se mettra lui-même en vente après un certain temps, selon le principe *use-it-or-lose-it*.



Le design circulaire en action

1

Explorer les besoins émotionnels et les exigences fonctionnelles liés à un produit;

2

Réfléchir à de meilleures façons de répondre à ces besoins grâce à des stratégies circulaires;

3

Développer un raisonnement:

- + Pourquoi ce produit est-il meilleur pour son utilisateur ?
- + Qu'est-ce qui le rend circulaire ?
- + Quels systèmes doit-on mettre en place pour assurer sa réutilisation ou sa revalorisation ?

« UN PROBLÈME IMPORTANT DE L'ÉCONOMIE LINÉAIRE EST LA PERTE DE VALEUR : DES OCCASIONS REPRÉSENTANT DES TRILLIONS DE DOLLARS SONT TOUT SIMPLEMENT PERDUES. »

Deux bonnes idées des participants :

UN SOULIER COMPOSTABLE FAIT DE RÉSIDUS ISSUS DE LA PRODUCTION DU LAIT ;

UN APPAREIL DE CUISINE UNIVERSEL, STYLE COUTEAU SUISSE.



La question à se poser

Y A-T-IL UN POTENTIEL INEXPLOITÉ DE DESIGN CIRCULAIRE DANS VOTRE INDUSTRIE ?



JEUNES POUSSSES À LA CONQUÊTE DU MONDE

Enactus est une compétition internationale réunissant de jeunes chefs de file en innovation sociale provenant de 1 700 campus répartis dans 36 pays. Guidés par des entrepreneurs et des professeurs, ils mettent en œuvre des projets et des entreprises axés sur la collectivité.

Terry Torok

CHEF DE L'INNOVATION,
ENACTUS
@ENACTUS_CANADA

Emily Bland

Laura Collis

Megan Meadus

Taylor Young

ENACTUS MEMORIAL

« COMMENT FAIRE POUR COMMUNIQUER NOTRE PASSION ? ET COMMENT LA METTRE À PROFIT ? »

— TERRY TOROK

Le projet gagnant : SucSeed

L'équipe gagnante de cette année, qui nous vient de l'Université Memorial de Terre-Neuve, est à l'origine de Project SucSeed.

Le projet, qui génère des revenus et de nombreux emplois, fabrique et distribue des systèmes de culture hydroponique qui donnent aux collectivités, aux écoles et aux individus les moyens de cultiver des aliments frais à faible coût, pratiquement n'importe où.

Ayant vu le jour sous forme de coopérative pour la sécurité alimentaire dans le Grand Nord canadien, le projet est reproductible à grande échelle et aura bientôt une portée internationale.



Project SucSeed en chiffres

EN UN AN :

- + 9 PROJETS EN COURS
- + 500 SYSTÈMES DANS 104 COLLECTIVITÉS
- + 102 CLASSES PARTICIPANTES À TERRE-NEUVE ET AU LABRADOR
- + 700 TONNES DE CO₂ COMPENSÉES
- + 68 ENTREPRISES LANCÉES
- + 158 EMPLOIS CRÉÉS
- + 3 000 PERSONNES TOUCHÉES
- + 4 MILLIONS \$ DE REVENU GÉNÉRÉ



POUR APPROFONDIR



Chaque système hydroponique peut produire 300 kg de nourriture par année pour moins de 2 \$ par semaine. Apprenez-en plus sur sucseed.ca.

S'ATTAQUER AUX ENJEUX SOCIAUX AVEC LE DESIGN

Le restaurant et boucherie de Mark, Save On Meats, a mis au point un programme de jetons échangeables contre des repas dans les restaurants locaux que tout le monde peut acheter et offrir à des itinérants. Jusqu'à maintenant, le programme a permis de servir plus de 88 000 repas aux résidents du quartier Downtown Eastside de Vancouver.



Mark Brand

PDG, MB INC.
@EASTVANBRAND

« OUTILLER ET AIDER LES GENS QUI NOUS ENTOURENT, C'EST BEAUCOUP PLUS FACILE QU'ON LE CROIT. »



Dans le cadre d'une séance de brainstorming portant sur le problème de l'itinérance à Vancouver, les participants ont proposé des approches entrepreneuriales ingénieuses pour sortir de la rue les communautés marginalisées. En voici deux exemples :

KIOSQUES D'INFORMATION

Des kiosques où les gens dans le besoin peuvent se rendre pour savoir où trouver de la nourriture, pour parler et obtenir un peu de réconfort, pour recevoir des conseils en matière de santé ou pour se faire faire la lecture. Une fois le service bien établi, ses bénéficiaires pourraient être engagés pour travailler au kiosque.

AGRICULTURE URBAINE

Faire pousser des légumes, de l'espoir et des emplois en transformant des toits (et autres espaces urbains sous-utilisés) en potagers. Les aliments cultivés serviraient à nourrir les itinérants ou pourraient être cuisinés et vendus pour générer un revenu.



Nicola Farinetti

PDG, EATALY USA
[@NICOLAFARINETTI](#)

« LA NOURRITURE À
BAS PRIX N'EXISTE
PAS. SI CE N'EST PAS
VOUS QUI PAYEZ, C'EST
QUELQU'UN D'AUTRE
QUI PAIE : LA PLANÈTE...
OU LES EMPLOYÉS. »

On peut dire que Nicola sait
comment mettre la table :
« La nourriture, c'est un peu
comme le sexe. Si vous
connaissez bien votre partenaire,
vous allez apprécier encore plus
que la première fois. »



Découvrez comment Eataly participe à la
préservation de La Cène de Léonard de Vinci.



📷 ALLEN MCEACHERN



À CHACUN SA PART DU GÂTEAU



Gâteau

UNE EXPÉRIENCE
C2 MONTRÉAL
x NICO FONSECA



Labs C2

LES LABS C2 SONT
DES EXPÉRIENCES
DE BRAINSTORMING
UNIQUES QUI VOUS
ENCOURAGENT À PENSER
DIFFÉREMMENT ET À
TROUVER DE NOUVELLES
SOLUTIONS À DES
PROBLÈMES PRÉCIS.



L'avenir de l'alimentation : ce n'est pas de la tarte

Qu'arrive-t-il lorsque tout le monde met la main à la pâte? Durant trois jours, des centaines de participants ont retroussé leurs manches dans le **lab Gâteau** pour mélanger des idées, couper des fraises, casser des œufs et imaginer le futur des systèmes alimentaires.

UNE GRANDE MÉTAPHORE POUR UN GRAND GÂTEAU

Tandis que les participants tamisaient, fouettaient et mélangeaient, ils ont réfléchi à l'importance de certains aliments, méthodes de production, considérations de santé et impacts environnementaux, incluant les 4 R :

RÉDUCTION + RÉUTILISATION + RECYCLAGE + RÉCUPÉRATION

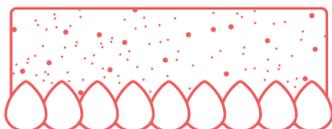
« LA NOURRITURE, C'EST PLUS QU'UNE QUESTION DE GOÛT. »

Voici ce qu'ils ont appris, un étage à la fois :



6. NOIX ET IMPORTATION

L'industrie californienne des amandes, qui représente 80% de la culture mondiale, s'appuie sur 1,6 milliard de colonies d'abeilles (importées par des courtiers de pollinisation et des apiculteurs) pour polliniser ses amandiers.



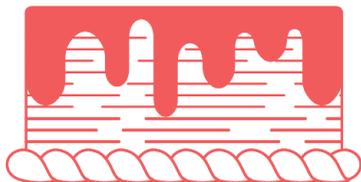
5. SUCRES ET IMPORTATION

Le sucre est l'ingrédient de base de 99% des aliments transformés. Alors que le prix du pétrole augmente, le marché de l'éthanol provenant de la canne prend de l'ampleur.



4. FRAISES, HERBES ET AGRICULTURE

La Californie produit 80% des fraises des États-Unis et le Québec, 80% de celles du Canada. Le salaire des travailleurs représente 50% des coûts de production des fraises. Saviez-vous qu'au tournoi de Wimbledon, on consomme 23 tonnes de fraises et 7 000 litres de crème chaque année ?



3. BEURRE, CRÈME ET PRODUITS LAITIERS

À la fin des années 1800, l'escroquerie entourant le « beurre de contrefaçon » (du beurre mélangé avec d'autres gras) a mené à une réglementation internationale. Bon à savoir : le point de fusion du beurre est de 37°C, soit la même température que le corps humain. Il fond littéralement dans la bouche.



2. ŒUFS ET PRODUITS ANIMAUX

À quoi servent les chiffres estampillés sur les œufs ? Découvrez quelle distance votre œuf a parcourue en entrant ce code dans le [Food Miles Calculator](#).



1. FARINE ET CULTURE DES CÉRÉALES

La première boulangerie industrielle se trouvait à côté des pyramides de Gizeh il y a 4 000 ans, faisant de la farine le plus ancien produit alimentaire « transformé ».









QUI VEUT DU GÂTEAU ?!
À LA FIN DE LA DERNIÈRE JOURNÉE DE C2 MONTRÉAL, LE GÂTEAU COLLECTIF
A ÉTÉ COUPÉ EN GRANDE POMPE PUIS DISTRIBUÉ AUX PARTICIPANTS.

Cher
L'Amour
107



CONVAINCRE LES GRANDS DE JOUER ENSEMBLE



Erik Grab

VICE-PRÉSIDENT DE
L'ANTICIPATION STRATÉGIQUE,
DE L'INNOVATION ET DU
DÉVELOPPEMENT DURABLE,
MICHELIN

« LORSQUE NOUS RÉPONDONS AUX
GRANDES QUESTIONS, NOUS CRÉONS DE
LA VALEUR SOCIALE. LORSQUE NOUS
CRÉONS DE LA VALEUR SOCIALE, NOUS
CRÉONS DE LA VALEUR COMMERCIALE. »

Michelin, la première entreprise de pneus au monde, est bien placée pour comprendre le lien entre la mobilité et la création d'emplois, l'éducation, la santé, et tout l'écosystème social. Pour opérer des changements rapides et constructifs dans l'univers de la mobilité, le géant mondial du pneu souhaite unir les leaders et bâtir un « écosystème d'industries » collaboratif appelé Open Lab.

« Nous nous réunissons avec de nouveaux partenaires pour parler de sujets encore jamais abordés. »

Open Lab est un laboratoire d'idées et d'actions visant la promotion d'un monde meilleur pour tous grâce à la mobilité durable. Il réunit des multinationales, des startups, des designers, des professeurs, des organismes publics et des groupes de citoyens.

Au cours des dernières années, les principaux acteurs de l'Open Lab ont mis en œuvre un certain nombre de processus pour maximiser les progrès et la coopération tout en minimisant la concurrence et la méfiance.

À LIRE



Découvrez le Livre vert élaboré par le Open Lab à l'occasion du sommet sur la mobilité durable ayant eu lieu à Chengdu en 2014.

VOICI COMMENT APPLIQUER CETTE MÉTHODE
À VOTRE INDUSTRIE :

Choisissez un leader pour chaque communauté d'intérêt et donnez-lui carte blanche pour s'attaquer à un problème précis.

Embauchez des gestionnaires de projet pour motiver et encourager les membres à respecter leurs promesses, et des **porte-parole de communauté** pour fournir du contexte, des données et plus.

Entendez-vous sur des perspectives communes. Si vous collaborez à la création d'une proposition de valeur, vous avez intérêt à convenir (par écrit) des tendances à venir, des technologies en évolution et des réglementations, entre autres choses.

Déterminez un modèle d'affaires. Que comptez-vous offrir et comment partagerez-vous les bénéfices? Déterminez les pourcentages dès le départ (par écrit) pour avoir l'esprit tranquille.

Soyez conscient de la durée de vie de votre projet. Sachez reconnaître le moment où il vaut mieux abandonner le projet sans plus attendre. Formez de nouveaux partenariats et lancez-vous à nouveau.



Mobilité durable : cinq défis mondiaux majeurs

SANTÉ ET SÉCURITÉ PUBLIQUE

Un milliard de personnes sont exposées à des niveaux de pollution de l'air qui dépassent les limites établies par l'Organisation mondiale de la Santé. « Que des fillettes de 8 ans en Chine souffrent d'un cancer des poumons est totalement inacceptable », a lancé Erik.

GAZ À EFFET DE SERRE

Si la tendance se maintient, la température moyenne de la planète augmentera de 4 degrés d'ici 2050.

CONGESTION URBAINE

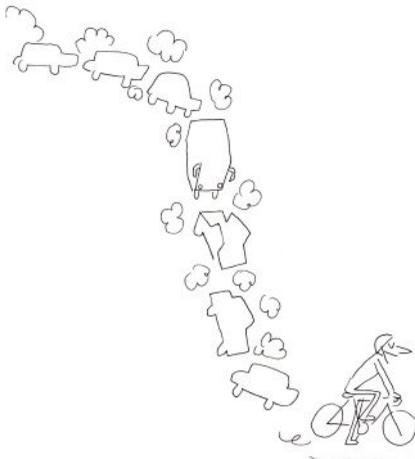
Elle engendre des coûts de 1 300 milliards \$ par année.

ACCÈS UNIVERSEL À LA MOBILITÉ

Comment pouvons-nous fournir une mobilité sécuritaire, propre et connectée aux trois milliards d'individus qui n'y ont pas accès?

FONDS PUBLICS INSUFFISANTS

Selon certains experts, les dépenses d'infrastructure chuteront de 120 billions \$ d'ici 2050.



DE L'ISOLATION À L'ACTION



Michael Slaby

CHEF DE MISSION,
TIMSHEL
@SLABY

EN CONVERSATION AVEC

Prof.

Gautam Mukunda

PROFESSEUR ADJOINT,
HARVARD BUSINESS SCHOOL
@GMUKUNDA

« SI LA POLITIQUE NOUS A LAISSÉS TOMBER, C'EST LA POLITIQUE QUI NOUS SAUVERA. LA POLITIQUE EST FAITE PAR DES GENS QUI TOURNENT LE DOS AU CYNISME ET QUI PLONGENT. »

— PROF. GAUTAM MUKUNDA

Deux technologues politiques se rencontrent dans le Grand chapiteau 360. Prof. Gautam Mukunda vient de l'université Harvard, où il étudie la gouvernance et les effets des transformations technologiques. Michael Slaby, ancien directeur de l'équipe technique et politique de Barack Obama, est maintenant chef de mission de la plateforme politique participative Timshel.

Ils affirment que la démocratie, un système basé sur les convictions, est brisée. Nous avons perdu confiance en nos institutions politiques parce qu'elles ont été prises d'assaut par des gens qui ne se préoccupent pas des grands idéaux. Mais attention : nous désengager de la mécanique politique fait de nous des complices de sa désuétude.

« Plus que locale, la politique doit devenir une affaire personnelle »

La technologie fournit de nouvelles occasions pour s'engager politiquement. Les dirigeants doivent y voir une façon de cultiver des liens et d'inspirer les gens à s'impliquer. L'idée est de faire en sorte que la participation soit aussi facile et aussi fréquente que possible, sur des sujets qui vous tiennent à cœur : votre école, votre quartier, votre ville.

COMMENT BÂTIR LA CONFIANCE ?

« Exigez que la politique se préoccupe du progrès, pas du pouvoir »

Si nous attendons que nos dirigeants se transforment, nous risquons d'attendre longtemps. Le désengagement civique ne bénéficie qu'à la classe politique. Et alors que dernièrement, la participation politique a été réduite à contribuer ou voter, nous devons trouver d'autres façons de nous impliquer. Il faut aussi élire des dirigeants qui sont prêts à travailler *contre* leur propre pouvoir et à nous donner plus de moyens de nous engager.

Il n'y a pas d'appli pour ça

« Les médias sociaux ont un rapport ambivalent avec nos valeurs, » pense Michael. « Notre façon de les utiliser compte énormément. » Voyez ces réseaux et ces outils comme *faisant partie* d'une base pour s'informer, construire nos quartiers, communiquer nos idées et partager des histoires.

Dites adieu au cynisme

« C'est trop facile de se contenter de rire du désastre politique, » dit Michael. Il faut combattre le cynisme en relevant nos manches et en s'impliquant personnellement. Impliquez-vous dans les organismes communautaires, joignez le conseil scolaire, partagez votre point de vue aux réunions municipales. Faites quelque chose que vous trouvez important.



« NOS DIRIGEANTS
N'EN DONNERONT
JAMAIS PLUS QUE
CE QU'ON LEUR
DEMANDE. ILS
VONT COMMENCER
À CHANGER LEURS
COMPORTEMENTS
QUAND ON LES
OBLIGERA À LE
FAIRE. »

— MICHAEL SLABY



« Ce n'est pas un vulgaire grille-pain »

LA PLUPART DES MACHINES DE VOTES UTILISÉES DANS LES ÉLECTIONS AMÉRICAINES ONT ÉTÉ FABRIQUÉES IL Y A 10 OU 15 ANS ET ONT UNE DURÉE DE VIE DE... 10 À 15 ANS. MICHAEL LANCE QU'IL NE FAUT PAS ÊTRE DEVIN POUR SAVOIR QU'ELLES VONT BIENTÔT CESSER DE FONCTIONNER, ET PAS À CAUSE DU PIRATAGE, MAIS SIMPLEMENT PARCE QU'ELLES VONT ÉVENTUELLEMENT RENDRE L'ÂME, COMME UN VIEUX GRILLE-PAIN. IL EST GRAND TEMPS POUR LES POLITICIENS D'INVESTIR AUSSI DANS UNE TECHNOLOGIE PAS TRÈS SEXY COMME DES MACHINES DE VOTE.



LA SIMULATION COMME REMÈDE



Dr Rajesh Aggarwal

DIRECTEUR, CENTRE
DE SIMULATION ET
D'APPRENTISSAGE
INTERACTIF STEINBERG
À L'UNIVERSITÉ MCGILL
@DOCAGGARWAL

« TENTER DE RÉGLER LES PROBLÈMES DU SYSTÈME DE SOINS DE SANTÉ DE L'INTÉRIEUR, C'EST UN PEU COMME ESSAYER DE RÉINVENTER L'AVION EN PLEIN VOL. »

Dr Rajesh Aggarwal s'emploie à perfectionner la pratique médicale. Selon lui, le système de soins de santé fait beaucoup trop d'erreurs, qui entraînent beaucoup trop de décès. Pour ce professeur, l'utilisation de simulations dans le cadre de la formation peut améliorer grandement l'aspect sécuritaire des soins de santé, et le milieu médical devrait s'inspirer des pratiques exemplaires d'autres industries.

Et comme si tout ça n'était pas déjà assez cool, il cite en passant Frank Zappa : « Sans déviance, il ne peut y avoir de progrès. »



Quelques statistiques troublantes

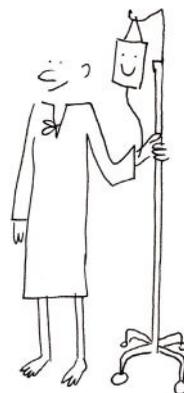
- + Vous courez 1% de risques de mourir durant une chirurgie.
- + Il y a 10% de risques qu'une erreur médicale se produise pendant votre hospitalisation (mauvaise médication, problème de communication, etc.).
- + Vous serez l'objet d'une erreur de diagnostic au moins une fois dans votre vie.
- + Le risque de mourir pendant un vol commercial ou d'un accident dans une centrale nucléaire : 1 sur 10 000 000.



Quelques statistiques intéressantes

- + Les chirurgiens qui ont suivi une formation comportant une simulation en RV pour la laparochirurgie améliorent de 30% leur vitesse d'exécution de la procédure. Une exécution plus rapide = moins d'erreurs.
- + En utilisant une formation par simulation pour l'insertion d'une aiguille intraveineuse dans la veine jugulaire qui se rend jusqu'au cœur, on peut réduire de 70% le risque de sepsie (une infection potentiellement mortelle).
- + Deux jours de formation en équipe avec le personnel de la salle d'opération ont permis de réduire de 30% les taux de mortalité. C'est énorme.

En étudiant les méthodes employées par des organisations de haute fiabilité, qu'il s'agisse de protocoles du domaine aérospatial, nucléaire ou militaire, ou des méthodes de formation de troupes d'arts de la scène comme Les Grands ballets canadiens, le système de soins de santé peut améliorer grandement la sécurité et les résultats cliniques pour les patients.



Quelques grandes idées

- + S'inspirer d'entreprises comme Amazon pour améliorer la vitesse et la précision dans la livraison des poches de sang et d'autres fournitures médicales de première nécessité.
- + Si une compagnie de carte de crédit peut envoyer un texto à un client n'importe où dans le monde dans les 60 secondes suivant une transaction inhabituelle, le système de soins de santé pourrait peut-être exploiter les technologies connectées et portables comme Fitbit pour avertir une personne d'une irrégularité cardiaque soudaine et lui suggérer les mesures à prendre.
- + Les industries de la restauration, de l'hôtellerie et des services ont de nombreuses leçons à donner aux hôpitaux sur la façon de s'y prendre pour que les patients se sentent bien accueillis, en sécurité et pris en charge.

Malgré les avancées scientifiques constantes, la prestation des soins de santé reste à la traîne en matière d'engagement, d'empathie et de communication efficace entre les patients et le personnel médical.

Une approche globale de la simulation et de la formation, conjuguée à l'application du *design thinking* à chaque segment de l'expérience des patients, amélioreront la qualité des soins et sauveront de nombreuses vies.



Jean-François Bouchard

CHEF DE LA DIRECTION, CRÉATION ET GUIDE CRÉATIF, CIRQUE DU SOLEIL

Neilson Vignola

DIRECTEUR DE CRÉATION, CIRQUE DU SOLEIL

« L'EXTRAORDINAIRE, C'EST DE L'ORDINAIRE, BIEN FAIT. »

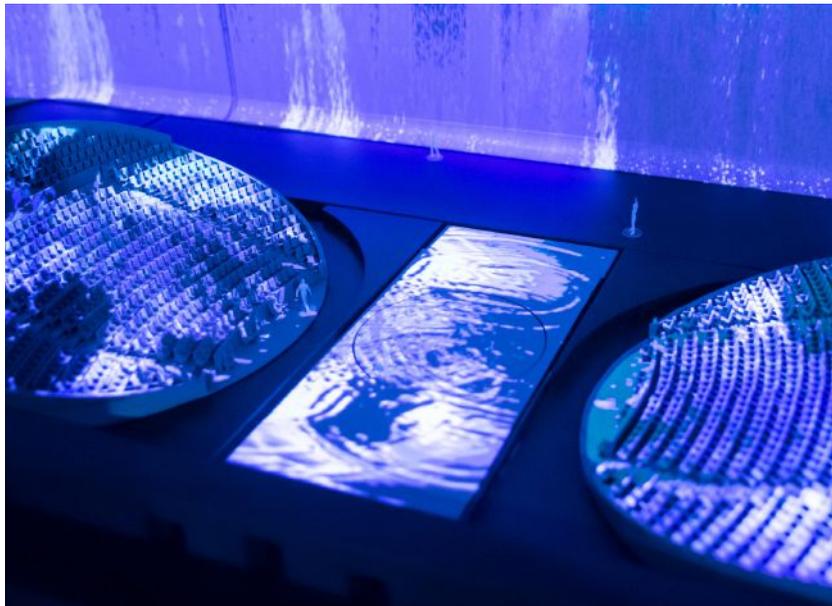
Lorsque le Cirque du Soleil s'est fait proposer un bout de terrain avec une gare abandonnée pour son spectacle permanent à Hangzhou, en Chine, les créateurs ont décidé de travailler dans les limites du bâtiment au lieu de le démolir, ce qui leur a permis de découvrir de nouvelles façons d'innover dans le domaine de la performance sur scène.

« La technologie pour la technologie, ce n'est pas très intéressant, s'exclame Jean-François Bouchard en décrivant leur façon de faire. La technologie au service de la performance, là ça devient intéressant! »



LE CIRQUE PRÉPARE, POUR LE DÉBUT DE 2018, UN SPECTACLE PERMANENT DANS UN THÉÂTRE CONÇU SUR MESURE À HANGZHOU EN CHINE.





Le Cirque du Soleil a saisi « l'occasion technologique » en utilisant les contraintes d'une gare désaffectée pour créer un nouveau concept de théâtre. Ils ont d'abord placé deux sections mobiles et pivotantes de sièges de part et d'autre d'une scène centrale, en installant un rideau pour les cacher l'une de l'autre. Ils ont ensuite créé un spectacle conçu pour

se dérouler sur deux autres scènes à chaque extrémité de l'espace. Les artistes se déplacent d'une scène à l'autre pour se rencontrer enfin au centre, tandis que les deux sections de sièges pivotent pour suivre l'histoire. Lorsque les deux sections se retrouvent enfin face à face de chaque côté de la scène centrale, le rideau tombe.



C2 A UN NOUVEAU
JOUET : LE GRAND
CHAPITEAU 360. CETTE
SALLE DE CONFÉRENCES
HAUTE-TECHNOLOGIE PEUT
LOGER CONFORTABLEMENT
1 400 SPECTATEURS,
QUI ONT CHACUN UNE
VUE DÉGAGÉE SUR SA
SCÈNE 360° MUNIE D'UN
SYSTÈME DE PROJECTION
VIDÉO ET DE SON
AMBIOPHONIQUE. COMME
IL NE CONTIENT QUE
13 RANGÉES, LE PUBLIC
N'EST JAMAIS LOIN DE
LA SCÈNE.



FAIT SAILLANT : IL A
FALLU 2 840 HEURES-
PERSONNES POUR
QUE LE CHAPITEAU
PUISSE ACCUEILLIR
LA CONFÉRENCE.





ALLEN MCEACHERN

ORACLE DE LA TECH

Gary Shapiro a vu d'innombrables tendances technologiques naître et mourir. Le créateur de l'un des plus grands salons de technologie et d'électronique au monde (CES) a aussi été l'un des premiers à constater que certains produits, comme les téléviseurs 3D et Google Glass, n'étaient pas aussi prometteurs qu'on voulait nous le faire croire.



Gary Shapiro

PDG, CONSUMER TECHNOLOGY ASSOCIATION
@GARYSHAPIRO

EN CONVERSATION AVEC

Jessi Hempel

CHEF DU CONTENU ÉDITORIAL,
BACKCHANNEL
@JESSIWRITES

« LA PERFECTION NE DOIT PAS ÊTRE L'ENNEMIE DE L'ÉMERVEILLEMENT. »

— GARY SHAPIRO

Un produit n'échoue pas parce que l'idée est mauvaise ou que son design est mal pensé. Selon Gary, sa réussite tiendrait davantage d'un alignement favorable des planètes.

Une technologie réussie crée un nouvel écosystème

Gary affirme que si la réalité virtuelle n'a pas encore atteint le succès qu'on lui avait prédit, c'est parce qu'on ne développe pas assez de contenu pour l'exploiter. Le manque d'intérêt pour Google Glass s'explique quant à lui par son allure trop intrusive et pas assez distinguée—un problème qui n'est pas technologique. Et si les voitures autonomes ne sillonnent pas encore nos routes, c'est parce que les lois et les technologies de gestion de la circulation ne sont pas encore assez évoluées.

Par exemple, les voitures autonomes n'auront probablement aucun usage de nos feux de circulation, mais auraient plutôt besoin d'un système de signalisation qui soit synchronisé par une technologie de gestion intelligente du trafic. De la même manière, les postes de péage n'auront plus leur raison d'être dans un contexte où les parcours sont tracés automatiquement.

Oubliez la spécialisation

« Autrefois, il fallait exceller dans un domaine en particulier, dit Gary. Les gens qui se perfectionnent dans un seul domaine ne réussissent plus aujourd’hui. » Ces jours-ci, le succès est plutôt déterminé par notre capacité à :

1. Travailler en équipe
2. Nous adapter à diverses cultures d’entreprise
3. Intégrer la diversité
4. Évoluer dans divers domaines

Les nouvelles technologies à elles seules ne suffisent pas à nous faire évoluer. On doit les combiner à d’autres éléments, à de la formation et à une refonte du système d’éducation.



Éducation et rétro-ingénierie

IDENTIFIER LES INDUSTRIES PROSPÈRES AVANT DE STRUCTURER DES SYSTÈMES D’ÉDUCATION POUR RÉPONDRE À LA DEMANDE CROISSANTE POURRAIT NOUS AIDER À LUTTER CONTRE LE CHÔMAGE ET À DÉVELOPPER DE NOUVELLES APTITUDES.



Une route semée d’embûches

À CE JOUR, LE GOUVERNEMENT CALIFORNIEN A PROPOSÉ DES LOIS QUI RENDRAIENT OBLIGATOIRE QU’UN CONDUCTEUR EN ÉTAT DE CONDUIRE SOIT INSTALLÉ DERRIÈRE LE VOLANT D’UN VÉHICULE AUTONOME. QUEL SERAIT L’IMPACT D’UNE TELLE LÉGISLATION SUR LES PERSONNES HANDICAPÉES OU ÂGÉES POUR QUI CE TYPE DE VÉHICULES SERAIT EXTRÊMEMENT BÉNÉFIQUE ?



QUELQUES MINUTES AVEC WOZ

Le légendaire pionnier de l'ordinateur personnel a parlé de son enfance passée à bricoler des bidules électroniques, de ses espoirs et ses inquiétudes pour l'avenir des technologies, et de sa quête constante pour s'amuser dans la vie.



Steve Wozniak

COFONDATEUR, APPLE COMPUTER
ET SCIENTIFIQUE EN CHEF,
PRIMARY DATA
@STEVEWOZ

EN CONVERSATION AVEC

Jennifer Reingold

CHEF DU CONTENU
INTERNATIONAL,
EGON ZEHNDER
@JENNREIN

Ce qui l'emball

LE CODE

Il aime toujours autant expérimenter et essayer de trouver comment faire en sorte que de minuscules éléments de prise de décision puissent s'accumuler pour prendre une toute autre envergure.

LA RÉALITÉ VIRTUELLE

« La RV m'emball vraiment; ça m'amène ailleurs, j'oublie où je me trouve. »

LES APPLICATIONS TIERCES

« Attardons-nous à l'innovation véritable, aux choses qui changent vraiment la vie des gens. L'App Store est la clé de tout ça: les applications tierces ont eu un impact plus important dans ma vie qu'aucun produit n'a jamais pu avoir à lui seul. »

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

« Si un jour, dans 200 ans, l'humain n'a plus à lever le petit doigt pour avoir une vie agréable, une maison, se divertir, s'habiller, se nourrir, s'éduquer, bref, si tout lui est fourni, on ne sera plus obligés de ne rien faire; on sera un peu comme le toutou gâté de la maison. »

Ses prédictions

Tesla remportera la course à la voiture autonome. L'entreprise dispose du réseau de recharge et, au final, c'est ce qui fera la différence. Woz le sait, parce que les six premières stations de recharge se trouvaient entre la maison d'Elon Musk et l'usine de Tesla à Fairmount. D'une certaine façon, ce n'est pas sans rappeler la façon dont Apple contrôle l'ensemble de l'écosystème du matériel informatique et des logiciels.



Ses conseils

CONCEVEZ POUR VOUS-MÊME

Vous êtes votre meilleure étude de marché.

La Tesla Model S est une voiture familiale, parce que Musk avait besoin d'une grosse voiture pour sa grosse famille.

Le design du iPhone a été façonné par ce que Steve Jobs a fini par ne plus trouver agaçant.

TRAVAILLEZ DANS UNE STARTUP AU LIEU D'ALLER À L'UNIVERSITÉ (LA PLUPART DU TEMPS)

Et quel que soit votre choix, entourez-vous de gens avec qui vous vous amusez (voir la formule).

CONSTRUISEZ UN PROTOTYPE DE TRAVAIL

De cette façon, vous posséderez ce que vous vendez, et votre travail sera ainsi beaucoup plus attrayant pour les investisseurs.

Ses espoirs pour l'avenir

CYBERSÉCURITÉ INTÉGRÉE

Au lieu de tenter de combler toutes les failles dans un système poreux, nous devrions construire un nouveau système basé sur la combinaison de matériel informatique et d'un nouveau système d'exploitation conçu pour être sécuritaire dès le départ.

POSSÉDEZ VOS PROPRES DONNÉES (OU TIREZ-EN PROFIT AU MOINS)

Woz (tout comme Brian Behlendorf, autre conférencier à C2 2017) est l'un de ces geeks qui gèrent encore leur propre serveur de courriels. « Si vous faites de l'argent avec mes données, je devrais au moins pouvoir en profiter un peu. »



BONHEUR ÉGALE SOURIRES, MOINS FRONCEMENTS DE SOURCILS. COMMENT MINIMISER CES DERNIERS ? ACCEPTEZ QUE LES POINTS DE VUE DES AUTRES DIFFÈRENT DU VÔTRE. LA SEULE PERSONNE QUE VOUS DEVEZ CONVAINCRE, C'EST VOUS-MÊME.

$$B = A \times B \times C$$

BONHEUR =
AMUSEMENT × BOUFFE × COPAINS



Secrets bien gardés

WOZ A ENSEIGNÉ EN SECRET DANS UNE ÉCOLE PRIMAIRE PUBLIQUE PENDANT HUIT ANS.

IL NE DÉTIENT PAS DE DIPLOME UNIVERSITAIRE, MAIS UN DE SES ALIAS (ROCKY RACCOON CLARK) EN A UN, LUI.



POUR SA SIXIÈME ÉDITION, C2 MONTRÉAL A ÉLABORÉ UN NOUVEL ESPACE DE PROGRAMMATION: L'AQUARIUM. CE STUDIO DE DIFFUSION EN DIRECT ÉTAIT ANIMÉ PAR NOS FABULEUX CONFÉRENCIERS QUI DISCUTAIENT DES GRANDES IDÉES RESSORTANT DES CONFÉRENCES PENDANT TROIS JOURS. TOUTES LES ENTREVUES SONT ARCHIVÉES SUR [YOUTUBE](#).







STABLE-INSTABLE FLOAT4 (2017)
PRÉSENTÉ PAR CHROMATIC





LOST IN REFLECTION GUILLAUME LACHAPPELLE, MONTRÉAL (2015)
PRÉSENTÉ PAR CHROMATIC





GOLD DAVID SPRIGGS, 2017
PRÉSENTÉ PAR L'ARSENAL



Media Group



Building a better
working world

NAVIGUER LES MARCHÉS SUPERFLUIDES

En physique, les matières superfluides ont la propriété de couler sans friction. De la même manière, les nouvelles technologies et les nouveaux modèles d'affaires rapprochent les marchés de la superfluidité, où les points de friction entre acheteurs et vendeurs sont réduits au minimum ou carrément éliminés.

Durant l'ère industrielle, des entreprises ont été créées dans le but de rendre plus efficace la participation aux marchés. Ces structures d'organisations multidisciplinaires maintenaient une main d'œuvre considérable et dépensaient d'importantes ressources sur les équipements, la publicité, les contrats, les paiements et le transport des produits.

Le commerce numérique a démocratisé l'accès à l'information, réduisant ainsi l'écart entre acheteurs et vendeurs. Les marchés virtuels—des boutiques en ligne aux sites d'enchères en passant par les agrégateurs de contenu et les plateformes de sociofinancement—relient maintenant les fournisseurs de manière plus fluide, ce qui perturbe des industries entières.

À QUOI S'ATTENDRE ALORS ?

De nouvelles technologies, comme l'intelligence artificielle, l'apprentissage machine, la réalité virtuelle, la fabrication additive et le *blockchain*, convergent toutes pour éliminer encore plus de friction sur les marchés, poussant le monde vers un nouveau point d'inflexion.

Plusieurs prédisent que les machines intelligentes deviendront les « employés » de demain et transigeront tant avec les humains qu'avec d'autres machines.

Le monde physique est capté, étiqueté, transformé en données et relié à l'Internet. L'intelligence artificielle tire son savoir des données ainsi générées. Les robots observent nos comportements, agissant de plus en plus comme nous et pour nous. Avec le blockchain, on bâtit les premières versions d'un système de confiance intégrée entre les acteurs du marché.

Pendant ce temps, les méthodes de financement se spécifient en fonction des projets et des idées. Tandis que les entrepreneurs s'organisent en grappes autour d'un marché ou d'un service spécifique, la main d'œuvre se compose de plus de plus de pigistes, engagés pour remplir des tâches spécifiques. C'est la création de valeur qui génère les entreprises, et non l'inverse. La création de valeur se libère des murs organisationnels et passe dans l'espace réseau.

Préparer un nouveau monde

Déterminer l'essentiel prendra une importance cruciale à mesure que la capacité à se procurer tous les services—de la robotique à la fabrication d'équipement—prendra le dessus.

L'innovation constante et la participation aux écosystèmes feront la différence. Maîtriser le pouvoir des données sera essentiel. Pour traverser les zones d'ambiguïté, il faudra trouver l'équilibre entre les impératifs d'aujourd'hui et les opportunités de demain.

L'avenir est incertain, mais nous pouvons déjà entrevoir des indices dans les nombreux changements de marchés dont nous sommes témoins. Nous devons activement envisager ce que ces transitions signifient et nous préparer sans tarder à l'ère de la superfluidité.

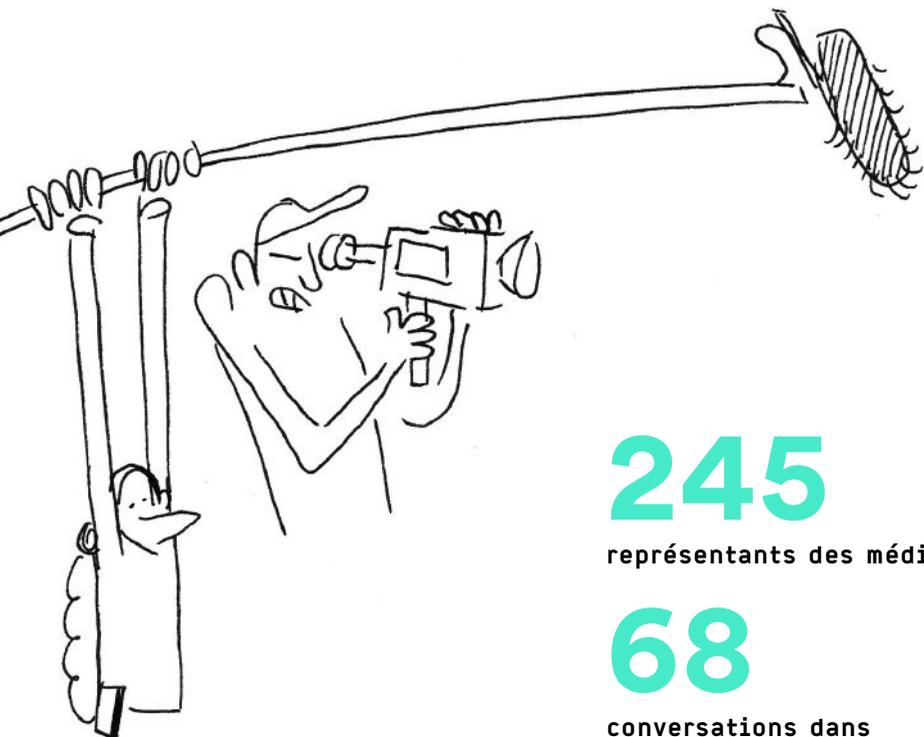


Quel est l'avenir du futur ?

EYQ est un *think tank* d'EY qui génère des perspectives d'avenir originales et innovatrices à travers des séries de contenu, de rencontres et de discussions.

EYQ aide les organisations à saisir les avantages de la disruption en générant de nouvelles réflexions et en rassemblant les secteurs privé, public et universitaire pour secouer les pensées, changer les perceptions et concrétiser le changement.

En posant de meilleures questions sur les mégatendances et autres agents de transformation qui façonnent l'économie mondiale, nous récoltons de meilleures réponses.



245

représentants des médias

68

conversations dans
l' Aquarium





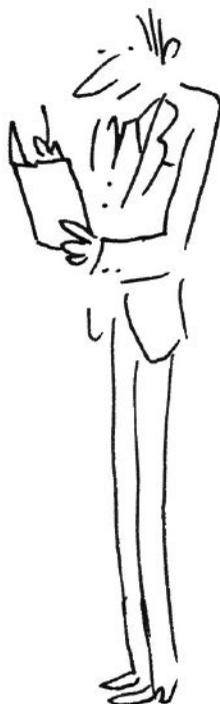
31

preneurs de notes
et rédacteurs



1

illustrateur



42 700

mots de notes transformés en
Notes de C2 Montréal 2017

40% des entreprises peinent à trouver le talent approprié, selon un sondage sur la pénurie de talents conduit par ManpowerGroup en 2016.

Investir dans la formation rapporte : selon le *Harvard Business Review*, les entreprises qui investissent annuellement 1 500 \$ par employé voient leur profitabilité croître de 24% en moyenne par rapport à celles qui ne le font pas.

En 2015, les milléniaux devenaient la force de travail dominante ; d'ici 2025, ils représenteront 76% des travailleurs, prédit le Pew Research Center.

TINYpulse a trouvé que 91% des travailleurs externes affirment qu'ils sont plus productifs lorsqu'ils travaillent hors du bureau.

Selon un sondage Gallup, 70% des travailleurs américains ne se sentent pas impliqués au travail.



TALENT



Le talent est dorénavant emprunté, partagé, sous-traité, externalisé. Oubliez la chaîne d’approvisionnement traditionnel. Les attentes, elles aussi, ont changé : la nouvelle génération de travailleurs est en quête de flexibilité, de sens et d’accomplissement personnel.

Sortons du cadre employeurs-employés classique. Il est temps de revoir nos pratiques de ressources humaines, d’exploiter la puissance de la diversité grâce à un plus grand bassin de talent, de traiter tous les employés comme des PDG, de nourrir le talent et de favoriser une culture d’entreprise positive.

Entrepreneurs, cadres et dirigeants d’entreprise de demain ont réfléchi à des façons de devancer les attentes du talent pour mieux relever les défis de demain.

- + Comment développer le talent dans un environnement d’affaires en constante évolution ?
- + Comment les dirigeants d’entreprise peuvent-ils cultiver un bassin de talents qui soit multiculturel, multigénérationnel et multigéographique ?
- + Quelles sont les meilleures stratégies pour maximiser l’engagement, le rendement et l’innovation ?
- + Comment structurer le travail pour profiter des forces réelles et uniques des effectifs ?
- + De quelles façons peut-on injecter nouveauté et flexibilité dans les pratiques professionnelles ?
- + Comment les organisations peuvent-elles se préparer à recevoir un « effectif fluide » adaptable, prêt pour le changement et réactif, et transformer le savoir en pratiques pour combler le déficit de compétences ?



DANS CE CHAPITRE

- CONFÉRENCES + PANELS ●
- ATELIERS ●
- CLASSES DE MAÎTRE ●
- ET PLUS ENCORE ●

81
Diversité et innovation
L'HONORABLE NAVDEEP SINGH BAINS
(GOUVERNEMENT DU CANADA)

83
Travailler ensemble
MIGUEL MCKELVEY (WEWORK)
ET SIMON DE BAENE (GSOFT)

85
Le talent sous les projecteurs
VALÉRIE PISANO
(CIRQUE DU SOLEIL)

87
Il est temps d'agir!
LAUREN WESLEY WILSON
(COLORCOMM)

89
Êtes-vous un leader du 21^e siècle?
SARAH KALICK (LEADFULLY)
ET MARC WINTER (SYPARTNERS)

90
Le prototype de la parfaite leader
MEREDITH HABERFELD (THINKHUMAN)

91
10 façons de les rendre heureux
SIMON DE BAENE (GSOFT)

93
Engager des « fondateurs »
HARLEY FINKELSTEIN (SHOPIFY)

94
Voici vos prochaines embauches
ÉTUDIANTS DE L'UNIVERSITÉ CONCORDIA

94
Saurez-vous les aider
à se développer?
KRISTA JONES
(MARS DISCOVERY DISTRICT)

95
Repensez vos
espaces de réunion
AJ PARON-WILDES
(ALLSTEEL ET HNI CANADA)

99
Braindates



LE GUIDE PRATIQUE DE C2 MONTRÉAL 2017

107
Idées d'échauffements pour
vos prochains brainstorms
PHILIP SHEPPARD (COMPOSITEUR
ET VIOLONCELLISTE)

109
Trouver des idées hors
du commun
PHILIP SHEPPARD (COMPOSITEUR
ET VIOLONCELLISTE)

111
Comment résoudre un problème
JASON THOMSON (THINK JIGSAW)

113
Comment poser de meilleures
questions
CAL FUSSMAN (ESQUIRE)

114
Quelques bases
du design circulaire
CLARK SCHEFFY
ET NEIL STEVENSON (IDEO)

115
Comment organiser votre propre
party de notes autocollantes

121
Entraînez-vous au risque
SUKHINDER SINGH CASSIDY
(JOYUS ET THEBOARDLIST)

123
Le secret pour voir grand
RANDI ZUCKERBERG
(ZUCKERBERG MEDIA)

125
Innovateurs à surveiller
PRÉSENTATION DE STARTUPS

129
Intuition et investissement
CHRIS BURCH
(BURCH CREATIVE CAPITAL)

131
Huit leçons de l'octogone
GEORGES ST-PIERRE
(CHAMPION DU MONDE UFC)

133
Votre grande évasion
du Cubicule
LAB C2

L'AVENIR DU FUTUR

139
Un nouveau monde
du travail
EY



L'honorable
Navdeep Singh Bains

MINISTRE DE L'INNOVATION, DES SCIENCES
ET DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE
@NAVDEEPSBAINS

« LA DIVERSITÉ STIMULE
L'INNOVATION ET LA
CRÉATIVITÉ QUI REPOSENT
TOUTES DEUX SUR DE
BONNES IDÉES. CES
IDÉES PEUVENT VENIR
DE PARTOUT, DE TOUT
LE MONDE. »

La diversité est bonne pour les affaires.
Selon le *Harvard Business Review*, la
diversité stimule l'innovation : les entreprises
diversifiées ont 45 % plus de chances de
voir leur part de marché croître par rapport
à l'année précédente.

Le premier jour de C2, Navdeep a annoncé un financement
de près de 1 milliard de dollars en développement via son
Initiative des supergrappes d'innovation.



📷 ALLEN MCEACHERN



TRAVAILLER ENSEMBLE



« LES GENS SONT EXIGEANTS, MAIS JE PENSE QU'ILS ONT RAISON DE L'ÊTRE. »

— SIMON

Miguel McKelvey

COFONDATEUR ET CHEF
DE LA CRÉATION, [WEWORK](#)
[@MIGUELMCKELVEY](#)

Simon De Baene

COFONDATEUR
ET PDG, [GSOFT](#)
[@DEBAENES](#)

EN CONVERSATION AVEC

Anne-Marie Hubert

ASSOCIÉE PRINCIPALE
POUR LE QUÉBEC, [EY](#)

Les travailleurs d'aujourd'hui veulent un environnement stimulant où ils peuvent être eux-mêmes, exprimer leurs intérêts, apprendre de nouvelles choses. Et une rampe de skateboard, comme celle chez [GSOFT](#), ne peut pas nuire.

Le PDG de GSOFT, Simon De Baene, et le cofondateur de WeWork, Miguel McKelvey, se sont assis avec Anne-Marie Hubert de EY pour discuter de ce que les organisations doivent faire pour créer une ambiance de travail positive. Ils ont identifié ces tendances :

Centrez-vous sur l'humain

Chaque employé a ses besoins propres : certains recherchent l'autonomie, d'autres veulent se perfectionner, et chacun veut travailler sur des projets qui lui tiennent à cœur. Alors que les intérêts des employés peuvent varier considérablement, Miguel remarque une constante : « Nous avons besoin de nous sentir humains. »

Les gens de talent ont besoin de sentir qu'ils font une différence. Alors même que la technologie nous offre maintenant de nouvelles façons de communiquer et de travailler à distance, nous sommes faits pour être en contact avec des humains. « On ne peut pas s'isoler dans une pièce avec un robot et se sentir comblé, » affirme Miguel. Cela explique en partie la popularité des espaces de cotravail.

GSOFT EN ACTION



Quelqu'un a tellement aimé son expérience chez GSOFT qu'il en a fait [une vidéo](#).



Pensez à vos employés au quotidien

Simon croit que c'est en se concentrant sur la culture, un jour à la fois, qu'il arrive à avoir le plus grand impact. « Trop d'organisations se préoccupent de l'avenir, mais ne sont pas capables de composer avec le présent, » dit-il. Si on réhabilite le présent, l'avenir nous appartient. Son autre conseil est d'avoir une mission claire et de s'assurer que tout le monde y adhère.

Rappelez-vous : l'attitude vient d'en haut

Tant que les cadres supérieurs verront la culture d'entreprise comme un objectif secondaire, rien ne se passera, dit Simon. Il cherche à convaincre les dirigeants de miser sur les gens plutôt que sur les processus. « Chez GSOFT, nous envisageons la culture comme un produit, » dit-il. « Notre culture est ce qui nous permettra de relever les défis qui nous attendent. »

Miguel est d'accord : la culture n'émane pas uniquement des RH. « Ce qui compte, ce sont les gens, » dit-il, et les PDG doivent le comprendre. « La seule façon de réussir est de valoriser les employés et de libérer leur potentiel. »

« CHACUN,
JUSQU'À UN
CERTAIN POINT,
A DES BESOINS
DIFFÉRENTS. ON
NE PEUT PAS
METTRE TOUT LE
MONDE DANS LE
MÊME SYSTÈME
DE CUBICULES. »

— MIGUEL



WeWork en un coup d'œil

L'ENTREPRISE COMPTE
10 000 MEMBRES DANS
140 EMPLACEMENTS
ET A LANCÉ WELIVE,
UN WEWORK POUR LES
ESPACES DE VIE.



LE TALENT SOUS LES PROJECTEURS

Le Cirque du Soleil est surtout connu pour ses acrobaties sur scène. Sa nouvelle chef du talent, Valérie Pisano, s'inspire de la passion et de la joie de vivre des employés en coulisse pour renouveler du tout au tout la relation entre le Cirque et ses talents.



Valérie Pisano

CHEF DU TALENT,
CIRQUE DU SOLEIL
@CIRQUE

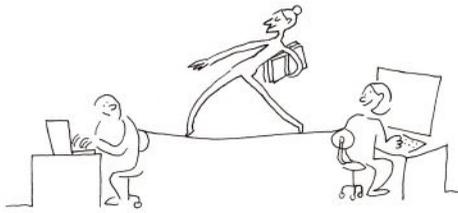
« POUR RÉALISER UNE IDÉE FOLLE,
TOUT CE QUE ÇA PREND, C'EST UN PEU
D'AUDACE. »

Valérie nous a montré qu'il n'était pas nécessaire de faire des pirouettes pour exploiter l'énergie des employés et la puissance de l'engagement.

Apprenez à connaître l'humain derrière la ressource humaine

Selon Valérie, nous nous attardons trop aux organigrammes, aux processus, aux politiques; nous avons oublié ce que c'est d'être humain, nous avons oublié comment déployer notre plein potentiel. Le Cirque a aboli son système de gestion de la performance (ainsi que ses évaluations et ses critères) et l'a remplacé par ce qu'il appelle le « dialogue avec les talents ».





Le dialogue de Valérie avec les talents

Tous les quatre mois, les gestionnaires et les employés se réunissent pour participer à une conversation sincère et ouverte durant laquelle ces derniers réfléchissent à cinq questions :

1. Durant les 100 derniers jours, comment ai-je contribué à mon équipe et à l'entreprise ?
2. Quelles difficultés ai-je éprouvées ? Quels défis se sont posés ? Ai-je vécu un échec ?
3. Quel a été mon niveau d'énergie ? Quel impact cela a-t-il sur moi et mes collègues ?
4. Quels sont les points sur lesquels je veux me concentrer à l'avenir ?
5. Quelles sont mes priorités pour les 100 prochains jours ?

Mettez l'accent sur le développement personnel

C'est ainsi qu'on bâtit des relations fortes, basées sur la confiance, et des équipes performantes. Créer des liens entre les individus est aussi le meilleur moyen de faire jaillir de nouvelles idées. Même si l'argent et les cadeaux font leur effet, celui-ci est éphémère. Ce sont les émotions et les expériences qu'on partage avec une autre personne qui résistent à l'épreuve du temps.

Prendre le temps de prendre conscience

C'est bien d'entraîner son corps, mais il faut aussi exercer son esprit. Les employés du Cirque sont donc encouragés à pratiquer la méditation, dont les bienfaits sont prouvés par la science. Il suffit de 10 minutes loin des appareils électroniques et de ses propres pensées pour voir une différence. Besoin d'aide ? Il existe même une appli appelée Headspace pour mieux méditer.



Un application pour la culture

LE CIRQUE MISE SUR L'APPLI CULTURE AMP POUR RECUEILLIR LES COMMENTAIRES DES EMPLOYÉS ET ANALYSER CERTAINS ASPECTS DES RESSOURCES HUMAINES DANS TOUTE L'ENTREPRISE. LA PLATEFORME OFFRE EN OUTRE AUX EMPLOYÉS L'OCCASION DE S'EXPRIMER SUR LEUR TRAVAIL POUR LE CIRQUE ET SUR LEURS INTÉRÊTS. TOUS LES GESTIONNAIRES Y SONT CONNECTÉS.



Lauren Wesley Wilson

FONDATRICE ET PRÉSIDENTE, COLORCOMM
@LWESLEYWILSON

« IL EST TEMPS D'AGIR ! »

Dès les tout débuts de sa carrière en communications, Lauren Wesley Wilson a remarqué que les personnes de couleur brillaient par leur absence dans les échelons supérieurs. La situation imposait une question importante : cet environnement est-il fait pour que j'échoue ?

Pour participer à résoudre le problème de la diversité dans les rôles de leadership, elle a fondé ColorComm, un réseau de femmes de couleur qui tissent des liens entre elles et avec les départements de ressources humaines à travers les États-Unis.

On parle de l'absence de personnes de couleur dans les positions de leadership depuis si longtemps, dit Lauren. « Je ne pense pas qu'on ait encore besoin d'études, de groupes de discussion ou de conversations à ce sujet. Il est temps d'agir pour faire avancer les choses. »



Tout un réseau

AVEC DES CHAPITRES DANS SIX VILLES, COLORCOMM NETWORK EST UN GROUPE COMPORTANT UN MILLIER DE MEMBRES ET QUI OFFRE DES OPPORTUNITÉS DE RÉSEAUTAGE, DE MENTORAT, D'AFFAIRES ET D'AMITIÉ.

COLORCOMM CONFERENCE EST UN ÉVÉNEMENT ANNUEL SOUS FORME DE RETRAITE DE TROIS JOURS POUR LES FEMMES DE COULEUR EN COMMUNICATIONS.

DIVERGE EST UN MAGAZINE EN LIGNE METTANT DE L'AVANT LA DIVERSITÉ DANS L'INDUSTRIE DES COMMUNICATIONS.





📷 ARIANNE BERGERON



ÊTES-VOUS UN LEADER DU 21^e SIÈCLE ?

Les organisations ne se transforment pas tout d'un coup, aux 10 ou 20 ans. Le changement doit se faire au quotidien. Les entreprises doivent apprendre à cesser d'optimiser leurs systèmes pour se concentrer plutôt sur l'innovation continue.

Sara Kalick

VICE-PRÉSIDENTE ET
DIRECTRICE GÉNÉRALE, LEADFULLY
@SARAKALICK

Marc Winter

ASSOCIÉ PRINCIPAL,
SYPARTNERS

« UN LEADER
N'EST PAS
NÉCESSAIREMENT
LA PERSONNE QUI
SE TROUVE AU
SOMMET D'UNE
ORGANISATION.
UN VRAI LEADER
EST CAPABLE DE
RASSEMBLER LES
GENS DERRIÈRE
UNE IDÉE POUR LA
MENER À TERME. »

Quatre qualités à cultiver chez un chef d'entreprise

1. HUMANITÉ

Trouvez votre pouvoir magique et renforcez vos « duos » de travail.

2. COMMUNICATION AUTHENTIQUE

Lorsque le doute plane, les regards se tournent vers les dirigeants. Exprimez vos convictions et aidez vos coéquipiers à croire qu'ils ont ce qu'il faut pour réussir. Ayez des conversations constructives au sujet de la vocation et adaptez votre message à votre public.

3. CRÉATIVITÉ

N'ayez pas peur de faire des prototypes! Que ce soit pour tester un service, une marque, un produit, un procédé ou une nouvelle fonctionnalité, imaginez les prochaines solutions en les racontant comme une histoire—puis faites des tests pour continuer à les améliorer.

4. OPTIMISME

Pensez à votre façon d'approcher n'importe quel défi. Changez votre perspective et voyez les nouvelles possibilités qui s'offrent à vous.



Exercice de *storytelling*

PENSEZ À VOS PROCHAINS MOIS DE TRAVAIL.

IDENTIFIEZ UNE CONVERSATION EN PARTICULIER SUR LAQUELLE VOUS AIMERIEZ VOUS CONCENTRER.

PENSEZ AU TON ET AU CONTEXTE DU MESSAGE À VÉHICULER.

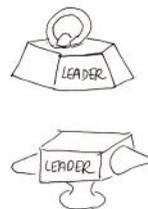
+ QUELLE CROYANCE COMMUNE SOUHAITEZ-VOUS BÂTIR ?

+ QU'EST-CE QUE LES GENS SOUHAITENT VOUS ENTENDRE DIRE ?

EXERCEZ-VOUS À RACONTER VOTRE HISTOIRE.

LE PROTOTYPE DE LA PARFAITE LEADER

En équipes de six, les participants ont fait du bricolage pour tenter d'illustrer le leader idéal.



Le système solaire

Le leader, placé au centre, influence l'équipe beau temps mauvais temps.

La règle de trois

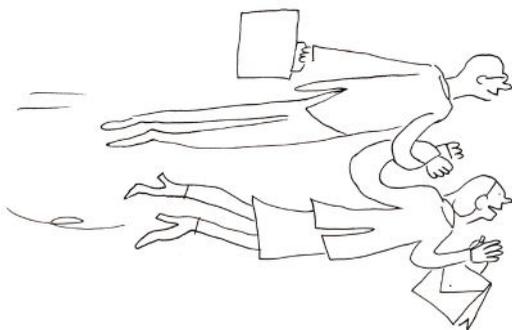
Contrairement à la croyance populaire, les humains n'ont pas un seul cerveau. Nous en avons trois : la tête, le cœur et le cerveau instinctif. Dans un monde idéal, les leaders utiliseraient les trois pour prendre les meilleures décisions possible.

Solide comme le roc

Une leader doit être courageuse. Elle doit posséder de vastes connaissances et être présente, franche, amicale, expressive et analytique. Elle doit aussi avoir de bonnes qualités de chef, être équilibrée et facile d'approche. Surtout, elle n'a pas peur de se remettre en question. Elle est songée et optimiste.

**Meredith
Haberfeld**

PDG, [THINKHUMAN](#)
[@MERHABERFELD](#)



10 FAÇONS DE LES RENDRE HEUREUX

Les bureaux de GSOFT à Montréal sont spacieux et lumineux. Plus qu'une table de ping pong, vous y trouvez même une rampe de skate. Et pourtant, selon le PDG Simon De Baene, ce n'est pas ce qui garantit la satisfaction d'un employé au travail. Pour lui, la clé, c'est de trouver le bonheur.

Simon De Baene

COFONDATEUR
ET PDG, [GSOFT](#)
[@DEBAENES](#)

À la recherche du bonheur

Guidés par le hasard d'un jeu de cartes représentant les principaux besoins des employés identifiés par GSOFT, les participants ont trouvé des solutions qui peuvent sembler simples, mais qui ne fonctionnent que si elles sont réellement implémentées. Avec leurs réponses comme point de départ, posez-vous la question suivante :

QUE FAITES-VOUS POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DE VOS EMPLOYÉS ?

1

Croissance personnelle

Autonomie, amélioration des aptitudes et confiance envers la mission de la compagnie.

SOLUTIONS PROPOSÉES

- + Organiser des activités où les employés partagent leur passion reliée au travail les uns avec les autres.
- + Aider les employés à réaliser un de leurs rêves (p. ex. : un mandat d'aide humanitaire à l'étranger).

2

Reconnaissance

Qualité et fréquence de la reconnaissance que les employés se manifestent entre eux.

- + Mettre en circulation un genre de trophée qui permet aux employés de souligner le bon travail d'un de leurs collègues.



3

Relation avec les collègues

Jusqu'à quel point les collègues se connaissent-ils ? Communiquent-ils souvent ? Quelle est la qualité de leurs interactions ?

+ Organiser des activités avec les collègues à l'extérieur du bureau durant les heures de travail, afin de favoriser la participation et la conciliation travail et vie personnelle.

4

Alignement avec l'entreprise

Les employés comprennent-ils bien la mission de la compagnie ? Sont-ils en phase avec ces valeurs ?

+ Recruter des gens qui sont alignés avec les valeurs de l'organisation pour bâtir une relation de confiance qui soutiendra les mesures flexibles (comme le télétravail).

5

Relations avec les gestionnaires

Les employés connaissent-ils bien les gestionnaires de la compagnie ? Communiquent-ils souvent avec leurs supérieurs ? Quelle est la qualité de leurs interactions ?

+ Échanger les rôles gestionnaire-employé pour comprendre les réalités des deux côtés.
+ Planifier des rencontres ponctuelles entre employé et gestionnaire pour parler d'autre chose que de l'opérationnel.

6

Santé

La santé des employés, la qualité de leur sommeil et de leur alimentation ainsi que leurs habitudes sportives et leur énergie doivent être prises en compte.

+ Offrir une alimentation saine aux employés en mettant à leur disposition une cuisine complète ou même un chef.

7

Feedback

Le respect et la transparence sont les bases de la confiance.

+ Échanger entre collègues sur nos visions du futur.
+ Planifier des moments d'échange sur ce qui nous rend fier de notre travail et de nos employés.

8

Sentiment d'appartenance

Fierté et propension à recommander la compagnie.

+ Créer des activités entre collègues, mais également avec le leadership en lien avec la mission et la vision de l'entreprise.
+ Donner l'opportunité aux employés d'accompagner les leaders dans leurs déplacements, être dans leur quotidien.

9

Bonheur

Favoriser le bonheur au travail avec une approche client.

+ Adopter une approche semblable à celle des conciergeries d'hôtels (gardiennage d'enfants, service de livraison de repas, etc.) pour libérer l'esprit des contraintes quotidiennes.

10

Satisfaction

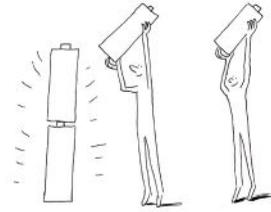
Les employés doivent être satisfaits de leurs compensation, bénéfices et environnement de travail.

+ Stimuler l'esprit entrepreneur des employés en leur permettant de créer leurs propres projets et réaliser leurs propres idées.



ENGAGER DES « FONDATEURS »

Aux débuts de Shopify, les fondateurs n'avaient pas les moyens d'offrir des salaires concurrentiels à leurs employés. En revanche, ils avaient des parts de l'entreprise à donner. C'est ainsi que les 100 premiers employés sont aussi devenus propriétaires, et cette façon de faire se perpétue dans la culture de l'entreprise.



Harley Finkelstein

CHEF DES OPÉRATIONS, SHOPIFY
@HARLEYF

Idées pour retenir les nouvelles recrues

JOURS DE *PITCH*

Une fois par trimestre, les employés se mettent en équipe pour présenter des projets devant toute l'entreprise. Certains sont commercialisés.

QUESTIONS-RÉPONSES

Les dirigeants montent sur scène afin que les employés puissent leur poser des questions, de façon anonyme ou non. Cela contribue à instaurer une valeur de transparence au sein de l'organisation.

MENTORAT

Un mentor est attribué à quiconque dirige plus de trois personnes. On peut être un leader né, mais personne ne possède la faculté innée d'être un bon dirigeant.

Voyez la confiance comme une batterie

Tout le monde commence à 50%. À partir de là, l'important est de savoir si la confiance augmente ou diminue, peu importe le niveau actuel.

VOICI VOS PROCHAINES EMBAUCHES

Aux États-Unis, on compte 80 millions de milléniaux. D'ici 2020, près de la moitié des travailleurs américains feront partie de cette génération :

- + Nés entre 1980 et 1999
- + La plus vaste cohorte depuis celle des baby-boomers
- + Des natifs numériques
- + Très éduqués
- + Désireux de changer les choses

Leurs valeurs :

1 Travail significatif 2 Flexibilité 3 Sentiment d'accomplissement

Jonathan Denney

Andrea Krasznai

Steven Warsh

Stephanie Costache

Olivier Rodriguez

Rachel Rammal

ÉTUDIANTS DE L'UNIVERSITÉ CONCORDIA



POUR SE RAFRAÎCHIR LA MÉMOIRE
Redécouvrez ce qui branche
les milléniaux dans Les Notes
de C2 Montréal 2015
(ouais, ce n'est pas nouveau...).

ATELIER

SAUREZ-VOUS LES AIDER À SE DÉVELOPPER ?

- + Les employés sont aujourd'hui interrompus dans leur travail aux cinq minutes — souvent par des applications de travail et des outils de collaboration.
- + Nous consacrerons rarement plus de deux minutes à une vidéo.
- + 80 % de l'apprentissage des employés se fait par des interactions avec des pairs, collègues et gestionnaires.
- + Seulement 38 % des travailleurs disent avoir des occasions d'apprentissage et de perfectionnement dans leur milieu de travail.
- + 62 % des professionnels des TI affirment avoir payé eux-mêmes des formations.

Krista Jones

MARS DISCOVERY DISTRICT



**Apprenez-en
plus sur leur
apprentissage**

TOUT CE QUE VOUS DEVEZ
SAVOIR SE TROUVE DANS
« MEET THE MODERN
LEARNER », PRÉPARÉ PAR
BERSIN BY DELOITTE.



REPENSEZ VOS ESPACES DE RÉUNION

Notre environnement de travail a un impact direct sur la qualité du travail, la productivité et la créativité. Nous passons beaucoup de temps dans les salles de réunion, mais la plupart ne répondent pas à nos besoins et n'aident pas les entreprises à atteindre leurs objectifs.

Comme AJ Paron-Wildes nous l'a montré, les espaces bien conçus peuvent nous aider à faire des découvertes, à rassembler les gens, à planifier des stratégies, à résoudre des problèmes complexes, à brainstormer, à socialiser et à collaborer à des projets d'envergure.

AJ Paron-Wildes

RESPONSABLE NATIONALE DE
L'ARCHITECTURE ET DU DESIGN,
ALLSTEEL ET RESPONSABLE
DU DESIGN, HNI CANADA
[@AJPARONWILDES](#)

La réflexion avant le design

Avant de vous attaquer au design de votre prochaine salle de réunion, pensez à comment vous l'utiliserez et aux attentes de ceux qui s'en serviront.

1 PENSEZ À L'ESPACE

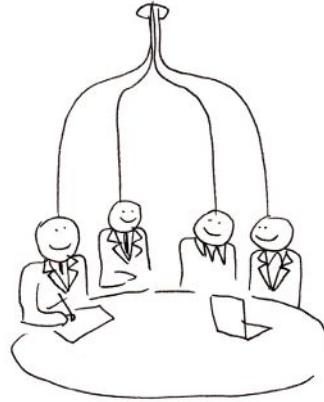
La salle de réunion devrait-elle être proche ou éloignée de ceux qui l'utiliseront ? Et des autres pièces ? Devra-t-elle être ouverte et facilement accessible, ou serait-il préférable qu'elle offre une certaine intimité ? De quel espace avez-vous besoin ?

2 PENSEZ AUX UTILISATEURS

Quelles sont les principales activités qui ont lieu durant une réunion ? De quels outils les utilisateurs de la salle auront-ils besoin ? Est-elle destinée aux employés de l'entreprise ou aux visiteurs ?

3 PENSEZ À LA GESTION

Combien de temps les réunions dureront-elles ? Comment les gens accéderont-ils à la salle de réunion ? Son usage changera-t-il au fil du temps ?



Imaginez la salle de réunion du futur

Voici quelques-unes des idées qu'ont eues les participants à C2 :

- + Un espace qui encourage ses utilisateurs à finir la réunion à l'heure en rétrécissant jusqu'à ce qu'il n'y ait plus de salle du tout.
- + Un espace qui détecte l'humeur des utilisateurs et adapte son ambiance aux différentes étapes du processus créatif.
- + Un espace qui guide ses occupants en leur offrant des idées ou des méthodes de résolution de problèmes.
- + Un espace visuel immersif pour les téléconférences.
- + Une technologie d'IA qui génère automatiquement les procès-verbaux des réunions et des listes de tâches.
- + Un espace où la technologie est invisible : les microphones et les écrans sont remplacés par des systèmes d'enregistrement intégrés et des murs tactiles.





TUNGSTEN FIRE GUILLAUME ARSENAULT, MONTRÉAL [2016-2017]
PRÉSENTÉ PAR CHROMATIC



PROFITER DES LUMIÈRES DE LA COMMUNAUTÉ C2

Le talent d'e180 pour favoriser des rencontres inoubliables était au rendez-vous une fois de plus cette année.



Braindates

Les **braindates**—des rencontres entre des inconnus souhaitant apprendre l'un de l'autre sur des sujets précis—étaient à C2 cette année encore.

Pas étonnant, puisqu'il s'agit de l'une des activités les plus populaires auprès de nos participants.

« J'AI RENCONTRÉ DES GENS QUI SONT DEVENUS DES CLIENTS, MAIS SANS LES BRAINDATES, CE NE SERAIT JAMAIS ARRIVÉ. C'EST LA PREMIÈRE FOIS DE MA VIE QUE JE PARTICIPE À UNE EXPÉRIENCE DE RÉSEAUTAGE QUI DONNE DES RÉSULTATS. »

— BRIAN HARRIS, PRÉSIDENT, LUXE RENTALS

e180 est né d'un désir de prouver que les conversations entre pairs sont un moyen pertinent d'apprendre. Son objectif : promouvoir l'apprentissage autodirigé et collaboratif. Les braindates, c'est créer un contexte idéal pour la rencontre entre des personnes ayant des intérêts communs, une soif d'apprendre et un désir de partager leur savoir.

« J'y participe parce que je veux sortir de ma zone de confort », indique Uros Marter, un banquier d'affaires d'Arkas (Slovénie) participant aux braindates. « Chaque braindate est mémorable... le format est très efficace parce que dans la vie de tous les jours, nous avons une chance sur mille de rencontrer quelqu'un avec qui il est possible d'avoir une conversation captivante. Je viens ici pour les braindates. »

Les 5 règles d'une communauté d'apprentissage par les pairs

Selon nos amis d'e180

1. ENGAGEMENT

Les participants doivent être disponibles et dévoués.

2. COMPATIBILITÉ

Il peut être utile de superviser le choix des sujets, mais il ne faut pas trop en faire.

3. MASSE CRITIQUE

Elle est proportionnelle aux attentes envers le savoir qui est partagé.

4. CONTEXTE

Les motifs toujours changeants des participants aident à définir les paramètres de la communauté.

5. CONTRIBUTION

Il faut investir du temps là où ça compte.



En 2017, la communauté C2...

A PARTICIPÉ À

2 942

BRAINDATES
ET

106

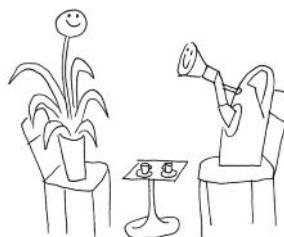
BRAINDATES DE GROUPE
(NOUVELLE FORMULE!)
PORTANT SUR

2 397

SUJETS
POUR UN TOTAL DE

3 779

CONNEXIONS.





LE LOUNGE BRAINDATE D'e180 PRÉSENTÉ PAR VIDÉOTRON











IDÉES D'ÉCHAUFFEMENTS POUR VOS PROCHAINS BRAINSTORMS

Que vous en soyez à votre premier brainstorm ou à votre 300^e, trouver des idées en groupe n'est pas toujours un processus fluide. Un petit échauffement peut contribuer à bâtir la confiance et la cohésion entre les participants. Ici, Philip Sheppard partage ses techniques préférées pour amener un groupe à s'ouvrir et favoriser l'émergence des idées.

Philip Sheppard

COMPOSITEUR
ET VIOLONCELLISTE
@PHILIPSHEPPARD

La danse des nombres

VERSION DÉBUTANT

1. Choisissez un partenaire que vous ne connaissez pas. Votre partenaire et vous n'êtes pas autorisés à vous parler.

Comptez ensemble jusqu'à 3, de la manière suivante :

La personne 1 dit « 1 », la personne 2 répond « 2 ».
La personne 1 dit « 2 », la personne 2 répond « 3 ».

2. Répétez.

VERSION EXPERT

1. Suivez les étapes ci-dessus, sans dire le chiffre 2.
2. Au lieu de dire « 2 », tapez dans vos mains.



POURQUOI CET EXERCICE REPRÉSENTE-T-IL UN DÉFI ?

ON SE SOUCIE BEAUCOUP DE CE QUE
LES AUTRES PENSENT ET ON VOUDRAIT
ÊTRE PARFAIT. ON S'ATTAQUE À ÇA AVEC
CET EXERCICE; C'EST DIFFICILE DE
DÉCONSTRUIRE LA PEUR D'ÊTRE JUGÉ.



Le jeu du miroir

1. Choisissez un partenaire que vous ne connaissez pas.
2. Tenez-vous l'un en face de l'autre.
3. Une première personne gesticule.
4. L'autre personne imite les gestes de la première personne.



POURQUOI CET EXERCICE REPRÉSENTE-T-IL UN DÉFI ?

IL DÉJOUE NOS ATTENTES D'UN ÉCHANGE UN À UN.

On mélange tout

1. Suivez les étapes de l'exercice du miroir ci-dessus.
2. Demandez à une troisième personne de se joindre à vous.
3. Il ou elle vous pose une question mathématique pendant que vous faites le jeu du miroir.

On mélange encore plus

1. Les trois premières personnes continuent l'exercice ci-dessus.
2. Demandez à une quatrième personne de se joindre à vous et de vous poser des questions qu'on pose habituellement dans un contexte de réseautage.



POURQUOI CET EXERCICE REPRÉSENTE-T-IL UN DÉFI ?

UNE FOIS QUE VOTRE OBJECTIF PRINCIPAL EST FIXÉ, LE JEU VOUS DEMANDE DE RÉAGIR AVEC PRÉCISION À CE QUI SE PASSE AUTOUR DE VOUS.



Autres trucs pour la séance de brainstorm

AMUSEZ-VOUS! ET RAPPELEZ-VOUS QU'IL N'Y A PAS DE MAUVAISES IDÉES. RENDEZ-VOUS À LA PAGE 109 POUR DES INSTRUCTIONS ÉTAPE PAR ÉTAPE DU JEU DE BRAINSTORM PRÉFÉRÉ DE PHILIP.



Toujours bloqué ?

NE RESTEZ PAS ASSIS À VOTRE BUREAU. UN CHANGEMENT D'ENVIRONNEMENT FAIT DES MERVEILLES QUAND ON A BESOIN D'ÊTRE STIMULÉ.

ESSAYEZ DE CONCEVOIR LE PIRE JEU POUR ENFANTS AU MONDE : EN ENLEVANT TOUTE PRESSION, QUELQUE CHOSE VA CERTAINEMENT EN RESSORTIR!



TROUVER DES IDÉES HORS DU COMMUN

Il y a ceux pour qui les grandes idées semblent toujours venir comme par magie, et il y a les autres (la plupart d'entre nous) qui ont besoin d'un petit coup de pouce pour arriver avec un regard neuf. Si suspendre la table de réunion 18 pieds en l'air n'est pas une option, essayez ce jeu de brainstorm.

Philip Sheppard

COMPOSITEUR
ET VIOLONCELLISTE
@PHILIPSHEPPARD

Règles du jeu

- 1 FAITES UN BROUILLON MOCHE, VOUS L'AMÉLIOREREZ PLUS TARD.

Les idées peuvent être désordonnées au départ.
Pas grave, seul le résultat final compte.

- 2 TOUTES LES IDÉES SONT VALIDES.

Une idée qui semble mauvaise au départ peut
être la meilleure à la fin.



PREMIÈRE ÉTAPE

- A Répartissez-vous en petits groupes sur plusieurs tables.
- B Pendant 2 minutes, chaque groupe écrit le plus d'adjectifs possible sur des petits bouts de papiers.
- C Chaque groupe dispose ensuite de 15 secondes pour voler cinq papiers aux autres tables.
- D En équipe, classez ensuite les papiers de votre table.

DEUXIÈME ÉTAPE

- A Répétez l'exercice, mais en écrivant cette fois des noms sur les papiers. Essayez de trouver des noms bizarres ou spécifiques (lacet, oryctérope, etc.).
- B Prenez encore 15 secondes pour aller voler cinq noms sur les autres tables.
- C En groupe, choisissez les meilleurs noms et les meilleurs adjectifs.

TROISIÈME ÉTAPE

- A Faites des paires composées chacune d'un nom et d'un adjectif pour obtenir des combinaisons intéressantes.
- B Conservez les 10 meilleures combinaisons et éliminez les autres.
- C Entendez-vous sur la paire la plus inspirante.
- D Inventez un produit basé sur la paire choisie.
- E Illustrez votre produit et présentez-le à tout le monde en 10 minutes.

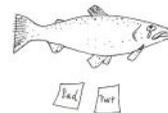


Deux idées saugrenues des participants de C2 :



LA VOITURE À L'AVENTURE

UNE AUTO QUI ÉLABORE L'ITINÉRAIRE À VOTRE PLACE. VOUS MONTEZ À BORD ET ELLE DÉCIDE DE TOUT, ET VOUS EMMÈNE DANS DES ENDROITS INUSITÉS!



SAD TROUT WHISKEY

UNE NOUVELLE VARIÉTÉ D'ALCOOL QUI RÉUNIT LE SAVOIR DE DEUX GENRES D'EXPERTS : UN PÊCHEUR DU MONTANA ET UN HIPSTER DE WILLIAMSBURG.



COMMENT RÉSOUDRE UN PROBLÈME

La culture d'innovation, ça ne s'invente pas du jour au lendemain, ça se bâtit. Jason Thomson propose une méthode créative pour résoudre n'importe quel problème complexe, tout en s'exerçant à stimuler l'innovation en continu.

Jason Thomson

INSTIGATEUR, THINK JIGSAW
@CMERCENARY

ÉTAPE 1

Prenez conscience de votre façon de penser

Avant de passer en mode résolution de problèmes, commencez par comprendre comment vous et vos collègues réfléchissez.

PRÉFÉREZ-VOUS...



... « VOIR »
UNE IDÉE ?

Vous êtes
un penseur
visuel.



... « ENTENDRE »
UNE IDÉE ?

Vous êtes
un penseur
auditif.



... METTRE UNE
IDÉE SUR PAPIER ?

Vous êtes
un penseur
kinesthésique.

AVEZ-VOUS PLUS DE FACILITÉ À RÉFLÉCHIR...



... DANS LE FEU
DE L'ACTION ?

Vous traitez l'information
rapidement.



... APRÈS AVOIR PRIS LE TEMPS
D'ANALYSER LE TOUT ?

Vous traitez l'information
lentement.

PRÉFÉREZ-VOUS RÉFLÉCHIR...



... SEUL ?

Vous êtes un penseur
individuel.



... EN ÉQUIPE ?

Vous êtes un penseur
collaboratif.

PRÉFÉREZ-VOUS...



... PARTIR D'UNE IDÉE
EXISTANTE ?

Vous êtes un penseur
conservateur.



... TROUVER VOTRE
PROPRE IDÉE ?

Vous êtes un penseur
libéral.

ÉTAPE 2

Demandez-vous « pourquoi ? »

Quels sont les signes du problème ? Enchaînez les « pourquoi ? » pour remonter jusqu'à la source.

Une équipe a entrepris de résoudre le problème des files d'attente à C2 (merci!). En regardant les symptômes, elle a réalisé que la question n'était plus « Comment gérer les files d'attente à C2 ? », mais plutôt « Comment optimiser le temps passé dans les files d'attente ? ». Il semblerait que le fond du problème ne soit pas les files elles-mêmes, mais plutôt le stress ressenti par les participants de ne pas savoir si des sièges seront encore disponibles leur tour venu.

EXEMPLE

PROBLÈME :

L'obélisque de Washington se désintègre

POURQUOI ?

Utilisation de produits chimiques corrosifs.

POURQUOI ?

Pour nettoyer la fiente de pigeon.

POURQUOI AUTANT DE PIGEONS ?

Ils mangent les araignées.

Il y a beaucoup d'araignées ici.

POURQUOI AUTANT D'ARAIGNÉES ?

Elles mangent les moucheron.

Il y a beaucoup de moucheron.

POURQUOI AUTANT DE MOUCHERONS ?

Au crépuscule, ils sont attirés par les lumières.

SOLUTION :

Attendre après le crépuscule pour illuminer l'obélisque.

ÉTAPE 3

Continuez de poser des questions

Trouvez autant de solutions que possible. Puis, posez encore plus de questions. Par exemple : Quelle serait la solution facile ? Que feriez-vous si vous deviez recommencer à zéro ? Quels sont les obstacles qui vous empêchent de régler le problème ?

Ensuite, trouvez la meilleure façon d'expliquer la solution à votre équipe.



Devenez un gourou des idées

« VOTRE RÔLE N'EST PAS D'AVOIR DES IDÉES, MAIS DE CRÉER UN ENVIRONNEMENT PROPICE AUX IDÉES », DIT JASON. ADOPTEZ UNE ATTITUDE POSITIVE, SOYEZ À L'ÉCOUTE ET DEVEZ UN CRÉATEUR. CONTINUEZ À VOUS POSER DES QUESTIONS ET À ENTREtenir UNE CULTURE DE PENSEURS.

« POUR INSTAURER UNE CULTURE D'INNOVATION, AMÉLIOREZ VOTRE CAPACITÉ À TROUVER DES IDÉES À TOUT MOMENT. »



COMMENT POSER DE MEILLEURES QUESTIONS

Les avantages à savoir poser les bonnes questions dépassent le cadre des affaires. C'est utile pour approfondir les relations, aller à l'essentiel et maîtriser l'art de la conversation. Voici ce que le journaliste Cal Fussman avait à dire à ce sujet :



Cal Fussman

CONSULTANT ET
JOURNALISTE, [ESQUIRE](#)
[@CALFUSSMAN](#)

« UNE QUESTION BIEN POSÉE PEUT OUVRIR TOUTES LES PORTES. »

« Posez une question creuse et vous recevrez une réponse creuse. »

Si vous devez absolument poser une question prévisible, posez-la d'une manière surprenante.

Par exemple : Quelle est la meilleure leçon que vous ayez reçue de vos parents ?

Travaillez l'ordre de vos questions

Votre première question devrait toujours viser directement le cœur, puis la tête. Suivez ensuite le cœur et la tête pour vous rendre jusqu'à l'âme.

Demandez « pourquoi »

Vous éviterez les réponses du type oui ou non et encouragez vos interlocuteurs à réfléchir de manière plus approfondie à ce qu'ils savent. Les « pourquoi » génèrent des réponses plus substantielles.

Par exemple : Pourquoi votre meilleur ami est-il votre meilleur ami ?



Écoutez attentivement

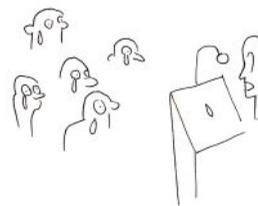
REGARDEZ LA PERSONNE DROIT DANS LES YEUX, COMME S'IL N'Y AVAIT QU'ELLE AU MONDE.



POUR EN SAVOIR PLUS

« [What I've learned](#) » — Ce que Cal a retenu de ses grandes entrevues.

QUELQUES BASES DU DESIGN CIRCULAIRE



Destiné au départ aux spécialistes du marketing, cet atelier est à l'origine d'un enseignement qui s'avère valable quelle que soit votre industrie: le secret pour trouver des idées est l'écoute active. Besoin d'un coup de pouce? Voici quelques conseils:

Posez des questions productives

Essayez de poser une série de questions ouvertes, sans porter de jugement. Ne vous attendez pas à trouver LA question parfaite, dont la réponse réglerait le problème dans son entièreté. Posez des questions qui peuvent mener à d'autres questions. Ayez vos efforts sur la stimulation de nouvelles idées. Et ne jugez pas—toutes les réponses sont valables. Des idées folles peuvent signaler des besoins profonds!

EXEMPLES DE QUESTIONS:

- + Qu'est-ce qui se passe?
- + Qu'est-ce qui vous fait dire ça?
- + Que pouvez-vous trouver de plus?
- + Comment pourrions-nous...?

« UN ANGE CRÉATIF MEURT CHAQUE FOIS QU'ON PRONONCE LE MOT BRAINSTORM. »

— NEIL STEVENSON

N'attendez pas simplement de parler

Nous sommes tous pressés et avons tendance à préparer notre réponse pendant que notre interlocuteur est encore en train de parler.

En écoutant bien, en élaborant des questions et en exprimant des idées de manière créative, nous pouvons tisser des liens plus forts avec les membres de nos équipes et les aider à développer mutuellement leurs idées pour aller au-delà du simple brainstorming.

« Les idées surgissent comme des forces tranquilles faciles à ignorer, mais si on leur prête attention, elles grandissent pour devenir quelque chose d'extraordinaire », a expliqué Neil.

Écoutez jusqu'au bout

La partie émotive de la prise de parole se trouve habituellement dans la deuxième moitié du discours. Nous commençons par les trucs rationnels et finissons habituellement avec les émotions que provoquent ces idées, ce qui est souvent plus important que la partie rationnelle de « présentation ». Écoutez tout le contenu et laissez le silence s'installer à la fin—même si ça crée un malaise.

Clark Scheffy

ASSOCIÉ ET DIRECTEUR DES OPÉRATIONS, [IDEO](#)
[@CSCHEFFY](#)

Neil Stevenson

DIRECTEUR EXÉCUTIF DU PORTEFEUILLE, [IDEO](#)
[@NEILSTEVENSON77](#)



À essayer

À TOUR DE RÔLE, CHAQUE PERSONNE DIT UNE PHRASE. LA PERSONNE QUI SUIT DOIT COMMENCER SA PHASE AVEC LE DERNIER MOT DE LA PHRASE PRÉCÉDENTE.



COMMENT ORGANISER VOTRE PROPRE PARTY DE NOTES AUTOCOLLANTES

Vous n'avez pas nécessairement besoin d'experts pour amener votre équipe à collaborer pour résoudre un défi créatif. Vous avez un défi créatif à relever? Rassemblez-vous dans une salle agréable et bien éclairée durant quelques heures avec des crayons feutres, une bonne pile de notes autocollantes et un mur sur lequel les coller.

1. Collez-en !

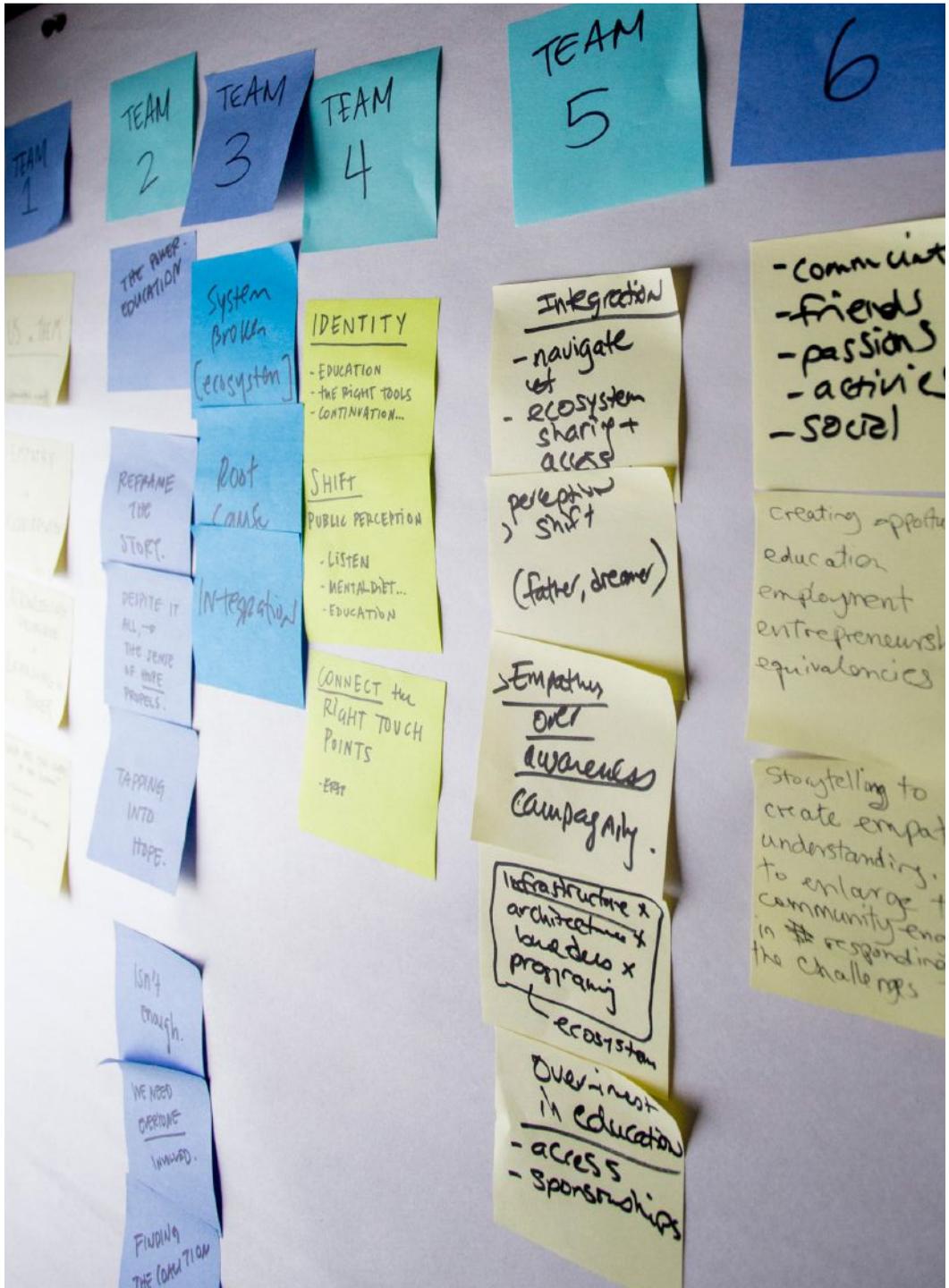
Ici, on recherche la quantité plutôt que la qualité. Pour la première partie de la séance, utilisez le plus de feuillets possible, tout en suivant ces six commandements :



2. Faites des choix collectifs

Tant de notes à traiter... On en fait quoi maintenant? Soumettez les idées au vote.

1. Donnez deux feuillets à chaque personne. Ce sont ses bulletins de vote.
2. Laissez les gens choisir leurs idées préférées et y coller leurs feuillets pour voter.
3. Faites un pas vers l'arrière et voyez où l'équipe gravite, quelles sont les idées les plus populaires.
4. Choisissez la solution gagnante et réalisez-la (ce qui fera bien sûr l'objet d'un autre *party*).





TRAJECTORIES 3 GREG BARTH, LONDON (2017)
PRÉSENTÉ PAR CHROMATIC



ENTRE LES
CONFÉRENCIERS, UNE
ÉLÉGANTE TROUPE
DE CINQ DANSEURS
CONTEMPORAINS
OCCUPAIT LA SCÈNE,
AMENANT LA CONFÉRENCE
D'UN SUJET À L'AUTRE,
GUIDÉE PAR LA VISION
DE LA CHORÉGRAPHE
MONTRÉALAISE
VIRGINIE BRUNELLE.





ENTRAÎNEZ-VOUS AU RISQUE

Sukhinder Singh Cassidy, qui a été cadre chez Amazon et vice-présidente chez Google, s'est donné pour mission de rehausser les opportunités offertes aux dirigeantes d'entreprises technologiques. Sur la scène du Cabaret, elle a insisté sur l'importance de la prise de risque.



Sukhinder Singh Cassidy

FONDATRICE,
JOYUS ET THEBOARDLIST
[@SUKHINDERSINGH](#)

Deux règles à suivre

Il est facile de croire que lorsque le beau grand risque se présentera, nous saurons sauter sur l'occasion. Dans les faits, ce n'est pas comme ça que ça fonctionne.

1. LE RISQUE EST UNE HABITUDE À PRENDRE

- + La tolérance au risque, ça s'apprend.
- + Le meilleur moyen d'arriver à prendre un grand risque plus tard, c'est de s'exercer à prendre de petits risques chaque jour.

2. LA PEUR DU RISQUE NE PART JAMAIS

- + Vous pouvez développer votre capacité à prendre des risques, mais la peur sera toujours là.
- + Combattez-la en lui donnant un nom et un visage. Que risquez-vous exactement? Votre ego? Vos finances? Votre réputation?

L'important, c'est le chemin parcouru

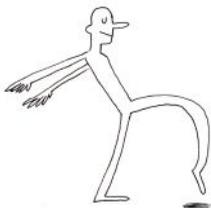
Malheureusement, la prise de risque n'est pas toujours récompensée. Il n'y a pas de relation de causalité ici.

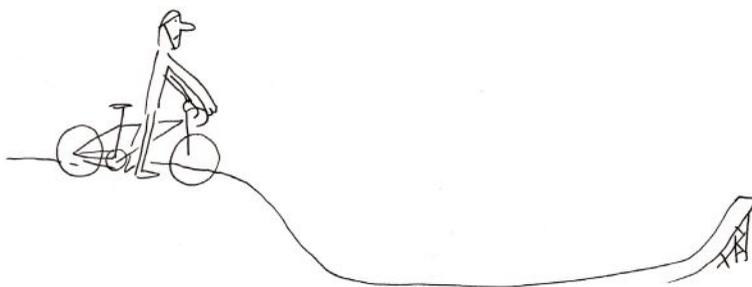
Améliorez votre résilience

C'est la seule façon d'oser prendre un risque lorsque l'éventuelle récompense n'est pas immédiate.

« Ce n'est qu'une fois qu'il a porté fruit que le risque est applaudi par les autres »

Chaque risque ne donne pas toujours lieu à une récompense. Ce qui veut dire que votre entourage sera parfois réticent à vous soutenir. C'est en prenant des risques de plus en plus grands, et non en misant sur une récompense à long terme (ou encore une validation immédiate), que vous augmenterez votre tolérance au risque.





Les leçons de Google sur la prise de risques

REPÉREZ LES GENS QUI ONT LE GOÛT DU RISQUE

N'hésitez pas à les réembaucher, même après qu'ils soient partis pour se lancer dans une entreprise « risquée ».

SUIVEZ LA RÈGLE 70/20/10

La prise de risques est l'affaire de tous. Consacrez 70 % de votre temps et de vos ressources à vos activités principales, 20 % aux entreprises créatives en lien avec ces dernières et 10 % aux projets très risqués. « Laissez des milliers de (petites) fleurs s'épanouir ! »

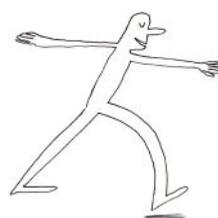
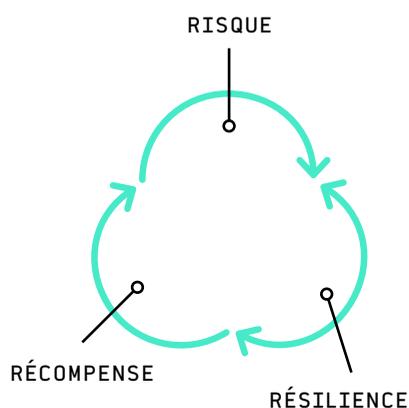
LAISSEZ LES DIRIGEANTS CONTRIBUER AUX INNOVATIONS

Les cofondateurs de Google, Sergey Brin et Larry Page, participaient activement et régulièrement au développement de nouvelles idées.

FAITES DES PARIS

Lorsque Google a fait l'acquisition de YouTube en 2006, le prix payé pour cette startup, qui à l'époque n'était même pas rentable, a provoqué tout un tollé. Étant donné les importantes liquidités dont disposait Google et l'émergence du partage de vidéo sur Internet, le risque était relativement faible, mais il en valait largement la chandelle.

La résilience fait partie d'un processus cyclique :



Randi Zuckerberg

FONDATRICE ET PDG,
ZUCKERBERG MEDIA
@RANDIZUCKERBERG

EN CONVERSATION AVEC

Diane Brady

JOURNALISTE, AUTEURE
ET DIRECTRICE MÉDIATIQUE
@DIANEBRADY

« CHAQUE ANNÉE,
J'ESSAIE DE FAIRE
UNE CHOSE QUI ME
DONNE VRAIMENT
LA CHIENNE. »

Randi Zuckerberg applique le principe enseigné par un de ses mentors : si elle n'est pas nerveuse au point d'en avoir la nausée, elle ne repousse pas assez ses limites.

Il faut donc se demander comment s'améliorer continuellement et relever de nouveaux défis (sans avoir à trainer de petit sac en papier brun).



À VOIR

Une [vidéo](#) sur Facebook montre Randi sortant de sa zone de confort... en présentant un numéro d'humour en première partie d'un spectacle de Jerry Seinfeld!





📷 ALLEN MCEACHERN



INNOVATEURS À SURVEILLER

Des startups sont venues à C2 Montréal 2017 pour se présenter au monde des affaires et commencer (ou continuer) à déployer leurs ailes. La Fondation de la famille Claudine et Stephen Bronfman a accueilli des entrepreneurs québécois en tous genres, MaRS Discovery District a réuni de jeunes entreprises technologiques provenant des quatre coins du pays et AccelerateMTL a invité des startups technologiques nord-américaines. Ces nouveaux venus dans divers domaines dont l'IA, la biotechnologie, le transport, et plus, sont là pour mettre en œuvre leurs solutions novatrices.

ENTREPRENEURS ÉMERGENTS (FONDATION DE LA FAMILLE CLAUDINE ET STEPHEN BRONFMAN)

Eytan Bensoussan

COFONDATEUR ET PDG,
FERST DIGITAL
@EYTANBENSOUSSAN

« NOUS SOUHAITONS ÊTRE LA PREMIÈRE LIGNE DE DÉFENSE POUR NOS CLIENTS EN MATIÈRE DE GESTION FINANCIÈRE ET BANCAIRE ».

Ferst Digital simplifie les opérations bancaires pour permettre aux propriétaires de petites entreprises de se concentrer sur l'essentiel.

Etienne Fiset

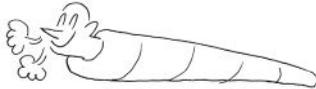
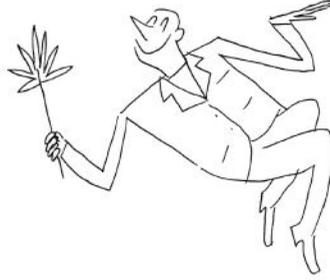
COFONDATEUR, OOLY123
@ETIENNEFISSET

Ooly est un hibou lumineux qui aide votre enfant à comprendre quand il est temps d'aller se coucher en devenant rouge. Conçu par des experts, ce compagnon d'entraînement au sommeil est connecté à une appli, bien entendu.



POURQUOI ROUGE ?

Contrairement à la lumière bleue qui modifie les niveaux de mélatonine dans le corps, la lumière rouge n'a aucun effet sur le cycle du sommeil, selon les recherches effectuées par la NASA, la Harvard Medical School, le National Institute of Health et cinq experts du sommeil.



Hyasynth utilise la biotechnologie pour accélérer la culture du cannabis et réduire les coûts qui y sont associés.



METTEZ ÇA DANS VOTRE PIPE

Lisez le [blogue](#) Hyasynth Bio pour en apprendre plus au sujet du cannabis. C'est super scientifique, promis.

Kevin Chen

PDG ET COFONDATEUR,
[HYASYNTH BIO](#)
[@HYASYNTHBIO](#)

« NOUS, ON APORTE LA NOURRITURE. ET VOUS, COMMENT COMPTEZ-VOUS CONTRIBUER ? »

ÉAU (prononcé É-O) est une entreprise œuvrant dans le domaine des technologies vertes et de l'agriculture de précision qui utilise l'aquaponie pour améliorer la sécurité alimentaire des communautés.



10 FOIS PLUS DE NOURRITURE AU PIED CARRÉ

ÉAU a pour objectif de décupler la production agricole des communautés qu'elle aide.

Emilie Nollet

COFONDATRICE
ET CO-PDG, [ÉAU](#)



INNOVATEURS À SURVEILLER (SUITE)

MARS DISCOVERY DISTRICT

Jonathan Kreindler

PDG, PEOPLEANALYTICS.AI

« NOUS CHERCHONS À COMPRENDRE L'EMPLOI INVOLONTAIRE OU INCONSCIENT D'UN MOT DANS UN CONTEXTE DONNÉ. »

PeopleAnalytics.ai se sert de l'IA et de l'apprentissage automatique pour réinventer la compréhension qu'ont les entreprises de leur main d'œuvre.



FINI LES SONDAGES

Les noms, les verbes et les adjectifs sont à la base de la communication entre les individus. **PeopleAnalytics.ai** s'appuie sur les sciences cognitives pour comprendre la dynamique sociale qui contribue à votre culture d'entreprise.

David Berliner

PDG, COPOWER INC.
@COPOWERINC

« VOTRE PORTEFEUILLE D'INVESTISSEMENT FAÇONNE VOTRE AVENIR EN FAISANT CORRESPONDRE VOS INVESTISSEMENTS ET VOS VALEURS. »

CoPower veut que vous investissiez dans la planète. Cette plateforme de technologie financière donne la possibilité aux investisseurs de changer le monde grâce à leur portefeuille d'investissement.

Ryan Janzen

COFONDATEUR ET DIRECTEUR DE LA TECHNOLOGIE, TRANSPOD
@TRANSPOD_INC

TransPod donne vie à l'Hyperloop avec son premier grand projet qui reliera des métropoles canadiennes. L'entreprise veut faire du Canada un chef de file du transport à très haute vitesse (1 000 km/h et plus) sans combustibles fossiles.

« L'IA NOUS PERMET D'AUGMENTER NOS FACULTÉS INTELLECTUELLES COMME LA MACHINERIE NOUS PERMET D'ÉTENDRE NOS CAPACITÉS PHYSIQUES ».

ROSS Intelligence offre des services de recherche et d'analyse juridiques qui permettent aux avocats de chercher des liens entre les cas et les décisions rendues qu'ils ne pourraient pas trouver autrement.

LA RECHERCHE JURIDIQUE PEUT TIRER PROFIT DE L'IA, POUR TROIS RAISONS :

1. La puissance de traitement des données est à portée de la main.
2. Les renseignements numériques servant à alimenter les bases de données sont facilement accessibles.
3. Il est possible de tester des algorithmes et d'évaluer les capacités de l'apprentissage automatique.

« LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT EST COMME LE SYSTÈME SANGUIN DE L'ÉCONOMIE. SI NOUS PARVENONS À AMÉLIORER CE SYSTÈME, NOUS AURONS UN IMPACT POSITIF MAJEUR SUR L'ÉCONOMIE. »

L'objectif de **Clearpath Robotics** : automatiser les tâches les plus monotones, les plus ardues et les plus dangereuses. L'entreprise fournit des solutions robotisées sur mesure aux sociétés industrielles.

Andrew Arruda

PDG ET COFONDATEUR,
ROSS INTELLIGENCE
@ROSSINTEL



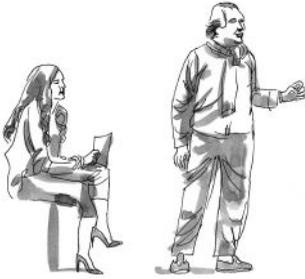
Matt Rendall

PDG ET COFONDATEUR,
CLEARPATH ROBOTICS
@CLEARPATHROBOTS



INTUITION ET INVESTISSEMENT

L'entrepreneur en série Chris Burch a une approche intuitive de l'investissement. Avez-vous ce qu'il faut ?



Chris Burch

PDG, BURCH CREATIVE CAPITAL
@BURCHCREATIVE

EN CONVERSATION AVEC

Marie-Joëlle Parent

PRODUCTRICE EXÉCUTIVE,
JOURNALISTE ET AUTEURE
@MARIEJOELLE

« JE CHERCHE LA TÉNACITÉ,
LA CRÉATIVITÉ. JE SONDE LA
PROFONDEUR DE L'ÂME HUMAINE. »

— CHRIS BURCH

Sur une note plus technique

Les bonnes opportunités d'investissement ne se limitent pas à la technologie. Dans quels secteurs les consommateurs ont-ils le plus dépensé l'an dernier ? Les vols d'avion, les hôtels et les rénovations.

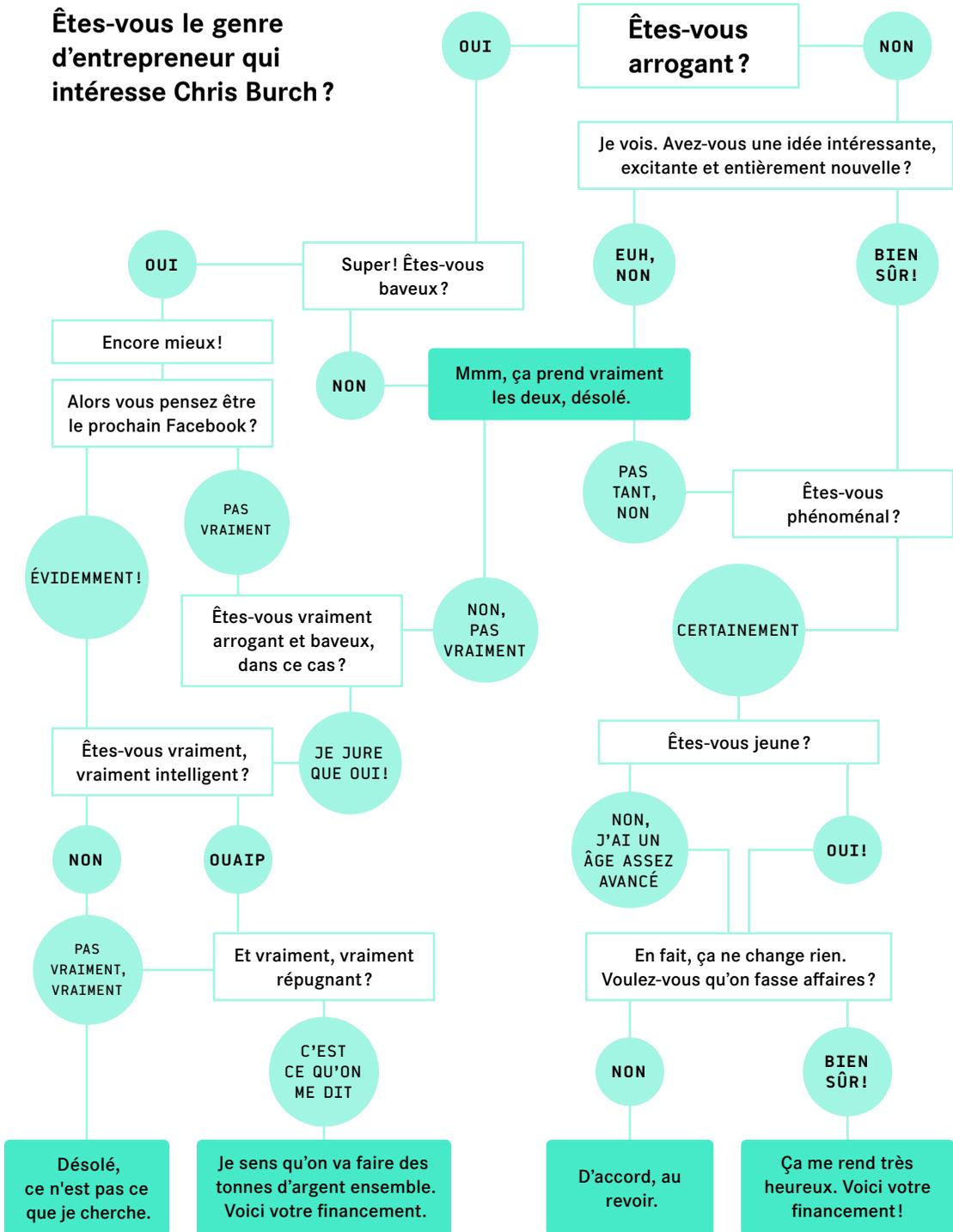
Voici un bref échantillon des dizaines de compagnies et industries qui, intuitivement, ont plu à Chris au point qu'il y investisse :

- + Blink Health est une nouvelle façon d'économiser sur les médicaments d'ordonnance.
- + De l'agrafeuse au bureau debout, Poppin repense les fournitures et les meubles de bureau.
- + Une marque lifestyle inspirée par Ellen DeGeneres.



Êtes-vous le genre d'entrepreneur qui intéresse Chris Burch?

COMMENCEZ ICI ▼



NOTE: Le masculin est utilisé dans ce logigramme afin d'alléger le texte.



HUIT LEÇONS DE L'OCTOGONE

L'athlète d'arts martiaux mixtes Georges St-Pierre s'est assis sous le Grand chapiteau 360 en face d'un adversaire redoutable, entouré d'une bande de fous furieux. Seule différence avec son emploi régulier : il n'était pas en sous-vêtement. Le double champion du monde UFC poids mi-moyens a parlé de ce que ça prend pour gagner... en dehors du ring.



Georges St-Pierre

CHAMPION DU MONDE
UFC ET ATHLÈTE D'ARTS
MARTIAUX MIXTES
[@GEORGESSTPIERRE](#)

EN CONVERSATION AVEC

Justin Kingsley

STRATÈGE CRÉATIF ET AUTEUR
[@JUSTKINGSLEY](#)

1

DEVENIR GSP 2.0... ET PROFITER DE LA VIE

Après une séquence victorieuse de 12 combats, GSP a arrêté de se battre pendant 3 ans, mais il n'a jamais vraiment quitté le ring. Il s'est entraîné, physiquement et mentalement. Il s'est relevé d'une blessure. Il a voyagé partout dans le monde, acquérant de nouvelles tactiques et cultivant d'autres passions, comme la paléontologie... et l'art de faire la fête.

2

SE FAIRE DES AMIS ET INFLUENCER LES GENS

« SE BATTRE PREND PLUS QUE DE LA FORCE PHYSIQUE OU DU COURAGE, C'EST BEAUCOUP PLUS PROFOND QUE ÇA. L'ART DE LA GUERRE EST UNE QUESTION D'ESPRIT. »



PLUS DE CONSEILS DE CHAMPION

Lisez *Le sens du combat*, les mémoires inspirantes de GSP, coécrites avec Justin Kingsley.

3

CRÉER UNE ZONE D'INCONFORT

« SI VOUS DÉCIDEZ DE L'ENDROIT OÙ AURA LIEU LE COMBAT, VOUS POSSÉDEZ LE GRAND AVANTAGE DE SORTIR VOTRE ADVERSAIRE DE SA ZONE DE CONFORT. LES CHANCES DE GAGNER SONT EN VOTRE FAVEUR. »

6

(RE)CRÉER ET ÉVOLUER

« JE DOIS CONSTAMMENT ME RÉINVENTER, ET LA PLUPART DES GARS QUI ESSAIENT DE M'IMITER N'ONT PAS COMPRIS L'ESSENTIEL. ILS PENSENT QU'ILS ONT COMPRIS, MAIS NON. LE SPORT ÉVOLUE ET IL FAUT ÉVOLUER AUSSI. »

4

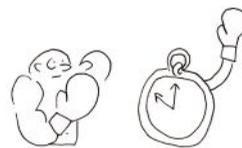
SURMONTER L'ANXIÉTÉ DE PERFORMANCE

« LA PLUS GRANDE QUALITÉ D'UN CHAMPION, DANS LE SPORT OU EN AFFAIRES, C'EST QU'IL EXCELLE QUAND ÇA COMPTE. »

7

HAUSSER LA BARRE

« LES COMBATS QU'IL ME RESTE À LIVRER DOIVENT ÊTRE EXCITANTS, M'AMENER À UN AUTRE NIVEAU, ME FAIRE RÉÉCRIRE L'HISTOIRE. »



5

ÊTRE SON PROPRE ACTIONNAIRE MAJORITAIRE

« QUAND J'AI COMMENCÉ À AVOIR DU SUCCÈS, AU LIEU DE DÉPENSER MON ARGENT DANS DES PRODUITS DE LUXE QUI ONT UN IMPACT RELATIVEMENT FAIBLE SUR LA QUALITÉ DE VIE, J'AI PRIS CET ARGENT ET J'AI INVESTI EN MOI. »

8

SAVOIR QUAND SE RETIRER

« IL Y A UN ADVERSAIRE QUE PERSONNE NE PEUT BATTRE, C'EST LE TEMPS. JE SAIS QUE JE NE GAGNERAI PAS CE COMBAT. JE VEUX REVENIR, ME BATTRE PENDANT QUE JE SUIS AU SOMMET DE MA FORME ET QUAND CE SERA LE TEMPS D'ARRÊTER, J'ARRÊTERAI. »



VOTRE GRANDE ÉVASION DU CUBICULE



Cubicule



Labs C2

LES LABS C2 SONT DES EXPÉRIENCES DE BRAINSTORMING UNIQUES QUI VOUS ENCOURAGENT À PENSER DIFFÉREMMENT ET À TROUVER DE NOUVELLES SOLUTIONS À DES PROBLÈMES PRÉCIS.

Un bassin de talents variés pour venir à bout des problèmes les plus complexes. Conçu par l'équipe C2 en collaboration avec nos amis d'[Affordance](#), le lab **Cubicule** met cette idée à l'épreuve en donnant à de nouvelles équipes les outils qui leur serviront à résoudre une série d'énigmes pratiques.

Comment mettre à profit des talents variés quand on n'a pas accès à une salle de jeu d'évasion ? Voici quelques suggestions de nos participants :

COMMENTAIRE D'UN PARTICIPANT

« J'AI ADORÉ LA SÉANCE DE DEBRIEF À LA SORTIE DE CUBICULE. ON Y A RÉFLÉCHI À L'EFFICACITÉ DE TRAVAILLER D'ABORD EN PETITES ÉQUIPES AVANT DE JOINDRE NOS FORCES, PLUTÔT QUE DE TENTER DE COORDONNER UNE GRANDE ÉQUIPE AUX TALENTS VARIÉS TOUT D'UN COUP. »



Allez au-delà du CV

Tout d'abord, vous devez connaître tous les talents que vous avez déjà sous la main. Le meilleur moyen n'est peut-être pas de parcourir la section « compétences » d'un CV par contre. Profitez d'une ambiance détendue pour voir les aptitudes naturelles de vos coéquipiers et employés se manifester. Si cela ne fonctionne pas :

- + Trouvez des occasions de lancer des défis inusités aux gens pour voir leurs talents cachés surgir.
- + Favorisez les activités de consolidation d'équipe pour apprendre à mieux connaître vos collègues et employés.
- + Durant vos entretiens avec des candidats à l'embauche, demandez-leur en quoi ils sont meilleurs que leur ancien patron.
- + Au bureau, organisez des activités qui n'ont rien à voir avec le travail (casse-tête, jeux, arts plastiques, etc.).

Déléguiez les tâches de direction

Vous êtes-vous déjà demandé si d'autres personnes seraient aptes à diriger ? Déléguiez les tâches : mettez l'accent sur le talent et les idées plutôt que sur la hiérarchie et les descriptions de tâches.

Exposez les passions

Prévoyez des périodes de créativité pour laisser vos employés s'amuser. Posez-leur des questions sur les projets qui les passionnent et sur les intérêts personnels qu'ils souhaiteraient mettre à contribution au travail. Ou alors faites comme l'entreprise d'un de nos participants : organisez chaque mois une rencontre informelle pour qu'un employé partage sa passion avec les autres.

Variez les plaisirs

Et si vous donniez la chance à vos employés de changer de service pour la journée ? Ils pourraient travailler avec des gens qu'ils n'ont pas l'occasion de fréquenter régulièrement et partager avec eux leurs meilleures pratiques. Jumelez des gens possédant des aptitudes complémentaires ou opposées et voyez quelles nouvelles idées surgissent.

Quelques clés pour libérer les idées :

- + Adoptez une attitude positive.
- + Permettez à chacun de contribuer et s'exprimer. Soyez à l'écoute.
- + Encouragez une culture où les gens sont à l'aise de poser des questions et de prendre des initiatives.
- + Donnez toute l'information : tenez pour acquis que les autres ne savent pas ce que vous faites.
- + N'oubliez pas, tout le monde peut avoir une idée de génie.





NE PAS
ENTRER
NO ENTRY



NE PAS
ENTRER
NO ENTRY





Julian
Lucchesi
NEXT THE FUTURE

Québec
24
25
26
Hélène
24
OLYMPIEL



Building a better
working world

UN NOUVEAU MONDE DU TRAVAIL

Le monde du travail est sur le point de subir le plus grand bouleversement de son histoire depuis la révolution industrielle, qui a vu naître le travail à la chaîne en usine et les emplois de professionnels dans les bureaux.

Cinq grandes tendances sont en train de transformer le travail :

1. L'ÉCONOMIE DE LA PIGE.

La prolifération des petits contrats remplace l'emploi à temps plein par du travail occasionnel, sur demande.

2. L'AUTOMATISATION.

L'amélioration rapide de l'intelligence artificielle et de la robotique remplace petit à petit les emplois traditionnels, y compris certains que l'on croyait à l'abri de l'automatisation.

3. L'ENTREPRENEURIAT.

Le travail à contrat et l'automatisation laissent entrevoir un avenir où les gens seront de plus en plus entrepreneurs et développeront les compétences nécessaires pour créer leur propre emploi.

4. LE TRAVAIL À DISTANCE.

Le travail est de moins en moins associé à un endroit physique.

5. LES BOULEVERSEMENTS RAPIDES.

La carrière dite normale sera désormais ponctuée de multiples volte-face et réorientations.

L'éducation aussi doit être réinventée

Le système d'éducation actuel est conçu pour préparer les individus à l'économie du 20^e siècle. Ces gens sont cependant bien mal équipés pour un avenir où ils auront besoin d'aptitudes très variées pour réussir.

Aux systèmes d'éducation centrés sur le savoir, il faudra préférer ceux qui développent des compétences. Dans une ère d'**automatisation** et d'intelligence artificielle, la ressource la plus précieuse et rare ne sera plus l'information. À mesure que les machines s'occuperont de traiter l'information, les humains devront apporter un contexte nuancé et adapté au monde actuel, dans lequel l'intelligence artificielle ne pourra naviguer. Filtrer les recommandations des algorithmes, soupeser les questions éthiques, identifier et corriger les biais sont quelques exemples de tâches qui exigeront un œil humain.

De manière semblable, le mouvement vers le **travail à la pige** augmentera la valeur de certaines compétences, comme le savoir financier, la gestion du temps, la flexibilité, le réseautage et les habiletés de communication. Le **travail à distance** exige des compétences sociales et des aptitudes pour le travail d'équipe bien développées, ainsi qu'une compréhension culturelle accrue pour collaborer avec des travailleurs issus de toutes sortes de milieux.

Alors que de plus en plus de travailleurs deviennent **entrepreneurs** et créateurs, les individus devront trouver leur vocation et leur passion. Les systèmes d'éducation devront donc adopter un état d'esprit complètement différent pour apprendre aux élèves à risquer l'échec pour en tirer des apprentissages, plutôt que de l'éviter à tout prix.

Finalement, dans un monde de **bouleversements rapides**, les travailleurs cumuleront les emplois et les carrières. Cette tendance exigera d'eux une bonne capacité d'adaptation pour saisir les occasions qui se présentent. Les systèmes d'éducation devront donc transmettre la compétence ultime : savoir comment continuellement apprendre dans un avenir changeant et incertain. C'est probablement cette compétence qui sera la plus importante de toutes.



Quel est l'avenir du futur ?

EYQ est un *think tank* d'EY qui génère des perspectives d'avenir originales et innovatrices à travers des séries de contenu, de rencontres et de discussions.

EYQ aide les organisations à saisir les avantages de la disruption en générant de nouvelles réflexions et en rassemblant les secteurs privé, public et universitaire pour secouer les pensées, changer les perceptions et concrétiser le changement.

En posant de meilleures questions sur les mégatendances et autres agents de transformation qui façonnent l'économie mondiale, nous récoltons de meilleures réponses.

1

très Grand chapiteau 360

25

bars, restaurants et camions
de cuisine de rue

465

pieds de *slackline*

70

excursions en bateau



731

parapluies C2
(dont 619 portés disparus)

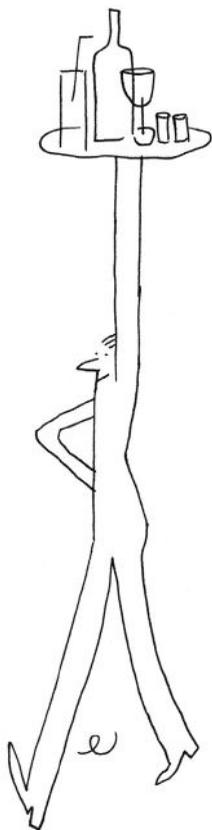
18

18 manteaux et 1 pantalon(?)
dans les objets perdus

guedille
au homard

Plat le plus populaire





6

labs pour nous sortir de notre zone de confort

66

évasions du Cubicule

528

promenades sur la Montagne

136

conversations avec notre Chatbot

135

brainstorms dans le Ciel

11

étages dans le Gâteau

102 467

briques dans la Maquette



D'ici 2020, on s'attend à ce qu'il existe 50 milliards d'appareils connectés dans le monde. C'est deux fois plus qu'aujourd'hui.

Deux minutes, c'est tout le temps qu'il faut pour créer un impact sur votre auditoire dans une vidéo, selon Facebook.

Trois à cinq secondes, c'est tout le temps que vous avez pour capter l'attention en ligne, selon Shutterstock.

Selon le Edelman Trust Barometer, 67% des consommateurs font plus confiance aux réseaux sociaux qu'à un PDG d'entreprise ou à un porte-parole.

Ce même sondage a aussi établi que 86% des consommateurs prennent une décision d'achat en se basant sur leur perception de la marque et de ses agissements.

MARKETING





Les consommateurs d'aujourd'hui ont une durée d'attention plus limitée que jamais. Sollicités de toutes parts par des contenus engageants sur diverses plateformes, ils sont passés maîtres dans l'art de filtrer le « bruit » et déceler les messages qui manquent d'authenticité. Les spécialistes du marketing doivent donc revoir leurs pratiques. Certains pensent même qu'au-delà de la vente de produits ou services, ils ont pour devoir de sauver le monde (rien de moins).

Dans un contexte où l'attention et l'authenticité deviennent nos principales monnaies d'échange, quelles sont les meilleures pratiques à adopter s'il ne s'agit plus de créer des messages pour les masses, mais de créer des messages *porteurs de sens* ?

De l'importance de savoir ce que l'on n'est pas à celle de tisser des liens émotifs sans masquer la vérité, des innovateurs du marketing proposent de nouveaux moyens de communiquer et d'interagir avec le consommateur averti d'aujourd'hui.

- + Qu'est-ce qui retient notre attention ?
- + Comment regagner la confiance du public ?
- + De quelle façon la réalité augmentée, la réalité virtuelle et d'autres technologies émergentes modifieront-elles les écosystèmes du marketing, du divertissement et de la communication expérientielle ?
- + Quels sont les meilleurs moyens de faire en sorte que les données aient une utilité ? Comment comprendre nos données analytiques et les intégrer de manière créative ?
- + L'avenir du marketing est-il forcément social ?
- + Comment trouver un équilibre entre sauver le monde et vendre des produits ?



DANS CE CHAPITRE

CONFÉRENCES + PANELS ●

ATELIERS ●

CLASSES DE MAÎTRE ●

ET PLUS ENCORE ●

147

Le marketing pour la bonne cause ou plaider la cause du bon marketing ?

SPÉCIALISTES DU MARKETING DE METLIFE, MOLSONCOORS CANADA, H&R BLOCK CANADA ET THE NORTH FACE

149

Connais-toi toi-même

MINDY GROSSMAN (WEIGHT WATCHERS)

151

Pour des marques qui se démarquent

EXPERTS DU CONTENU DE *THE WASHINGTON POST*, QUIETLY, FACEBOOK ET *THE GLOBE AND MAIL*

152

Suivez les données

STRATÈGES ET ÉDITEURS DE *THE GLOBE AND MAIL*

153

Conseils éclair pour votre prochain projet vidéo

ALEX AMBROZIAK ET LUCINDA TANG (SHUTTERSTOCK)

157

Conversation avec vos consommateurs

ANDY MAURO (AUTOMAT.AI) ET MARTIN AUBUT (L'ORÉAL CANADA)

159

Une conversation avec un Chatbot

LAB C2

165

En avant la musique

JOEL BECKERMAN (MAN MADE MUSIC)

167

Des marques qui ont du buzz

LAURA HENDERSON (BUZZFEED)

169

La confiance à l'ère de la post-vérité

BEN BOYD (EDELMAN)

171

Gestion de crise à la vitesse du numérique

DAVE FLEET (EDELMAN)



LE MARKETING POUR LA BONNE CAUSE OU PLAIDER LA CAUSE DU BON MARKETING ?

Dans le contexte d'une industrie en plein bouleversement, les spécialistes du marketing sont en quête de stratégies porteuses pour percer et renouer avec l'authenticité.

Howard Pyle

VICE-PRÉSIDENT PRINCIPAL
DE L'EXPÉRIENCE CONSOMMATEUR
ET DU DESIGN, METLIFE
@HOWARDPYLE

Christine Jakovcic

CHEF DU MARKETING ET DE
L'EXPÉRIENCE CONSOMMATEUR,
MOLSONCOORS CANADA
@CJAKOVIC

Richard Brown

PRÉSIDENT,
H&R BLOCK CANADA
@HRBLOCK

Tom Herbst

CHEF DU MARKETING MONDIAL,
THE NORTH FACE
@THENORTHFACE

EN CONVERSATION AVEC

Philip Thomas

PDG,
ASCENTIAL EVENTS
@PHILTHOMAS

« LE MAUVAIS MARKETING, C'EST EN METTRE PLEIN LA VUE POUR ATTIRER L'ATTENTION DES GENS. LE BON MARKETING, LUI, EST UTILE. »

— HOWARD PYLE

Il se s'agit pas *toujours* de sauver les dauphins

Chaque année, aux Lions de Cannes, Philip Thomas entend la même question : « Pourquoi les spécialistes du marketing essaient-ils de sauver le monde ? » En fait, la pratique du marketing devrait vraiment se concentrer sur la vente de produits, même si la tentation de porter plus d'attention à l'image de marque est parfois forte.

Tom Herbst trouve rafraîchissant qu'une entreprise comme H&R Block lui propose *seulement* de produire ses déclarations de revenus plutôt que, par exemple, de sauver les dauphins. Après tout, c'est ce qu'ils font de mieux et ça correspond parfaitement au besoin des gens. « La raison d'être est un concept à la mode que plusieurs tentent tant bien que mal d'associer à leur marque », dit-il. En fait, la raison d'être d'une marque doit venir de l'intérieur.

Concentrez-vous sur ce que vous savez faire

« Les valeurs d'une entreprise n'existent pas que pour le grand public, fait remarquer Richard Brown. La raison d'être doit aussi être ancrée au cœur de l'organisation. Les gens qui travaillent pour nous sont là pour une bonne raison, ils sont là pour aider les gens. »

« Nous évaluons le rôle que nous jouons dans la vie des gens, et nous le mettons en valeur », ajoute Howard Pyle. Trouver une bonne mission, c'est mettre en lumière quelque chose que l'on fait déjà.

Selon Tom, il est même dangereux pour les entreprises de chercher à se créer une authenticité ou une mission sans l'avoir d'abord nourrie de l'intérieur (il suffit de penser à la publicité de Pepsi mettant en vedette Kendall Jenner).



Laissez tomber les pirouettes

Les marques cherchent souvent à s'inspirer du divertissement, mais la plupart d'entre elles font pâle figure en comparaison avec Disney ou Hollywood. Le plus important, c'est de comprendre la valeur que votre marque ou votre service représente dans la vie des gens, et de leur offrir cette valeur de la façon la plus simple qui soit.



Questions à se poser

QUELS BESOINS
POUVONS-NOUS
COMBLER ? COMMENT
POUVONS-NOUS
VENIR EN AIDE À
NOS CLIENTS ?



CONNAIS-TOI TOI-MÊME

Ayant façonné plusieurs des plus grandes marques de vente au détail au monde, incluant Nike, Ralph Lauren et HSNi, Mindy Grossman est l'une des professionnelles du marketing les plus influentes du moment. Ce que ces marques ont en commun ? Une idée claire de qui elles sont, de qui elles ne sont pas et la conviction de défendre cette identité au-delà des modes et tendances.



Mindy Grossman

PDG, WEIGHT WATCHERS
@MINDYGROSSMAN

EN CONVERSATION AVEC

Diane Brady

JOURNALISTE, AUTEURE
ET DIRECTRICE MÉDIATIQUE
@DIANEBRADY

« LES MARQUES LES PLUS PUISSANTES SAVENT QU'AU FINAL, ELLES DOIVENT REFUSER PLUS DE CHOSES QU'ELLES EN ACCEPTENT. ELLES N'ÉVOLUENT PAS AU GRÉ DU VENT. »

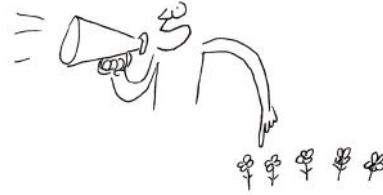
— MINDY GROSSMAN

Ralliez votre monde

L'identité de marque devrait être diffusée et comprise à tous les niveaux de la culture de l'entreprise. Comment faire pour que toute l'équipe comprenne qui vous êtes ? Une bonne façon est de leur dire ce que vous n'êtes pas.

« Les deux mots les plus surutilisés en détail sont *lifestyle* et *expérience*, » affirme Mindy. « Tout le monde pense qu'ils sont une marque *lifestyle* et parfois je dois leur dire : "Non, vous faites des maillots de bain et c'est parfait comme ça." »





Allez à l'essentiel

Pour développer un lien avec les gens, chaque marque ou produit doit trouver sa valeur propre et être authentique. Pour y parvenir, il faut néanmoins tenir compte de quelques aspects de l'industrie du détail et du service.

LE MOBILE COMME POINT DE DÉPART.

N'essayez pas d'intégrer des éléments mobiles à des expériences utilisateurs. Commencez par le mobile et travaillez à rebours à partir de là.

AGILITÉ, AGILITÉ, AGILITÉ.

On ne dispose plus aujourd'hui de cinq mois pour les tests bêta et les itérations. Instaurez rapidement les petits changements et adaptez-vous constamment selon les résultats.

VOTRE CONCURRENCE EST PARTOUT.

La dernière marque avec laquelle le consommateur a été en contact est celle à laquelle vous devez vous mesurer. Si votre consommateur visite votre site après avoir réservé une chambre sur Airbnb, c'est à cette expérience que vous serez comparé.

LE TALENT EST PRÉCIEUX

Peu importe la puissance de la marque, si vous n'êtes pas entouré de personnes qui peuvent la communiquer et l'incarner, vous ne pourrez pas vous démarquer.



POUR DES MARQUES QUI SE DÉMARQUENT

Quel est le secret d'une campagne publicitaire numérique réussie? Voici quelques règles d'or:

Katie Emery

DIRECTRICE DU MARKETING GLOBAL,
THE WASHINGTON POST
[@WASHINGTONPOST](#)

Dario Meli

COFONDATEUR, HOOTSUITE ET PDG,
QUIETLY
[@QUIKNESS](#)

Peter Grimaldi

STRATÈGE CRÉATIF,
FACEBOOK

EN CONVERSATION AVEC

Sean Stanleigh

RÉDACTEUR EN CHEF,
GLOBE EDGE CONTENT STUDIO,
THE GLOBE AND MAIL
[@SEANSTANLEIGH](#)

« LES DONNÉES
SONT EXTRÊMEMENT
IMPORTANTES,
MAIS LES GENS
INTELLIGENTS
LE SONT TOUT
AUTANT. »

151

— KATIE EMERY



Le nombre magique

LA QUESTION DE LA LONGUEUR IDÉALE D'UNE VIDÉO A SUSCITÉ UN DÉBAT ENTRE LES PANÉLISTES, MAIS TOUS S'ENTENDENT POUR DIRE QU'IL VAUT MIEUX S'EN TENIR À MOINS DE DEUX MINUTES.

Clarifiez vos objectifs

Souhaitez-vous améliorer la notoriété de votre marque? Visez-vous uniquement les conversions? Cherchez-vous à inspirer confiance? Pensez à vos objectifs commerciaux pour l'immédiat et pour l'avenir. « Le marketing vise la fidélisation à long terme, selon Dario Meli. Il est crucial de comprendre les capacités du développement de contenu tout au long du parcours du consommateur, de la découverte jusqu'à l'achat. »

(Presque) tous les chemins mènent à Rome

Selon Peter Grimaldi, il existe de nombreuses façons de mettre sur pied une campagne publicitaire: quelle est la meilleure plateforme pour votre message? qu'en est-il du ton et du débit? Le stratège de Facebook suggère de déployer plusieurs éléments à la fois et de soutenir ceux qui fonctionnent le mieux, en générant plus de contenu au fur et à mesure. « Il s'agit d'une stratégie fortement axée sur la mobilité ».

N'oubliez pas les gens

Si le contenu que vous créez n'est pas éclairé par les données, « soit vous êtes chanceux, soit vous faites fausse route », déclare Dario. Les analyses sont un bon moyen de prendre le pouls de votre public, « mais au bout du compte, vous écrivez pour des personnes, pas pour des machines ». Les autres membres du panel sont d'accord que les données ne sont qu'une partie de la solution. Il ne faut surtout pas sous-estimer le facteur humain.

Protégez-vous de la concurrence

Katie est d'avis que du contenu de qualité, c'est comme un livre dont vous êtes le héros. « C'est quelque chose de très spécial, d'unique et d'inimitable. Pour *The Washington Post*, cela signifie créer des histoires multilinéaires détaillées contenant des documents infographiques ainsi que des extraits audio et vidéo pour donner un portrait vraiment complet. Ce qui fonctionne dans la salle de presse fonctionne aussi pour les partenaires de marque. »

POUR AVOIR DU SUCCÈS COMME MÉDIA, IL FAUT ÊTRE:



Le premier



Le meilleur



Différent

SUIVEZ LES DONNÉES

Comment lancer des initiatives de marketing de contenu convaincantes qui toucheront votre public cible et augmenteront votre retour sur investissement ?

Laissez-vous surprendre par les données

Pour rejoindre votre public cible, vous devez d'abord savoir où le trouver. Cherchez hors des sentiers battus. Peut-être existe-t-il une plateforme dont vous ignorez encore l'existence ?

Découvrez leur parcours

Comment les utilisateurs accèdent-ils à votre contenu ? Ayez connaissance de toutes les voies qu'ils empruntent pour se rendre à ce que vous offrez.

Pensez au contexte

Que se passe-t-il dans le monde ? Le contenu doit être pertinent au moment où il est offert. Y a-t-il des liens à faire entre votre histoire et l'actualité ?

Jon Banack

DIRECTEUR PRINCIPAL,
MARKETING &
CREATIVE AGENCY,
THE GLOBE AND MAIL
@JONBANACK

Sean Stanleigh

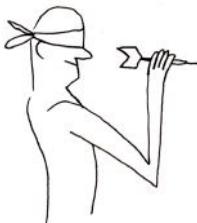
RÉDACTEUR EN CHEF,
GLOBE EDGE CONTENT STUDIO,
THE GLOBE AND MAIL
@SEANSTANLEIGH

Katherine Scarrow

STRATÈGE DE
CONTENU NUMÉRIQUE,
THE GLOBE AND MAIL
@SCARROWK

Stephanie Chan

RÉDACTEUR NUMÉRIQUE,
GLOBE EDGE CONTENT STUDIO
@STEPHANIEYTC



CONSEILS ÉCLAIR POUR VOTRE PROCHAIN PROJET VIDÉO

Alex Ambroziak

MOTION DESIGNER EN CHEF, [SHUTTERSTOCK](#)

Lucinda Tang

DIRECTRICE, CONTENU MUSICAL ET LICENCES, [SHUTTERSTOCK](#)

Ce qui devait arriver arriva : la durée d'attention de l'humain moyen est officiellement plus courte que celle d'un poisson rouge. Les créateurs de contenu doivent repenser du tout au tout le processus créatif pour l'adapter au marché actuel, dans lequel tout le monde est tellement sollicité que plus personne ne sait où donner de la tête.

Pendant cet atelier, les participants ont pu créer de courtes vidéos à usage unique, afin de développer des techniques pour raconter des histoires captivantes.

AVANT DE PUBLIER

- + Placez l'intrigue au début de l'histoire plutôt qu'au milieu.
- + Souvenez-vous que l'inattendu retient l'attention.
- + Jouez avec les contraintes.
- + Laissez la musique guider la vidéo. N'en faites pas trop : utilisez un effet de fondu pour augmenter ou réduire progressivement le son.
- + Les effets spéciaux ajoutent atmosphère et émotion. Visitez [Rocketstock](#) pour vous en procurer.



Trois à cinq secondes

C'EST LE TEMPS QUE VOUS AVEZ POUR ACCROCHER VOTRE PUBLIC AVANT QU'IL NE CLIQUE AILLEURS.





MIKAEL THEIMER







CONVERSATION AVEC VOS CONSOMMATEURS

Andy Mauro

COFONDATEUR ET PDG,
[AUTOMAT.AI](#)
[@ANDYMAURO](#)

Martin Aubut

CHEF DU NUMÉRIQUE,
[L'ORÉAL CANADA](#)
[@MARTYBOY008](#)

Les outils marketing exploitant l'IA, plus spécialement les assistants virtuels ou chatbots, peuvent aider à créer des échanges divertissants, amusants et utiles avec les clients en livrant du contenu sous forme de conversations qui stimulent l'engagement et fournissent des renseignements sur les produits. Ça vous intéresse ?

COMMENCEZ PAR VOUS POSER LES QUESTIONS SUIVANTES

1. Qui est votre public ?
2. Quel service voulez-vous offrir ?
3. Quel est l'avantage pour vos clients ?
4. Quel est l'avantage pour votre entreprise ?

CE QUI VOUS EMPÊCHE DE DORMIR

La beauté des assistants virtuels, c'est qu'ils vous permettent de parler directement aux clients. Grâce à eux, vous pouvez découvrir les besoins précis de vos clients au lieu de les laisser parcourir des produits et du contenu qui ne les intéressent pas. Les assistants se basent sur les besoins et les préférences que vos clients ont exprimés pour leur présenter le bon produit ou service.

La prospection des données sur la clientèle au moyen de l'IA peut également servir à offrir des recommandations et des offres ciblées.

UN ASSISTANT PERSONNEL

Une fois que l'assistant virtuel a conversé avec le client et a conclu une vente, il peut lui offrir un service après-vente et recueillir ses commentaires. Il peut également lui demander s'il voudrait renouveler sa commande, lui présenter des promotions ou encore lui envoyer des notifications.

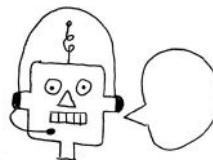
L'intégration de l'IA aux techniques marketing permet aux entreprises d'offrir à leurs clients des promotions et des produits hyper personnalisés en se basant sur les données recueillies.



Demandez à Automat

L'Oréal a lancé l'assistant virtuel Automat, qui peut répondre à n'importe quelle question. Par exemple : « Quoi acheter à ma mère pour la fête des Mères ? »

Automat répond à la question et approfondit le sujet en recommandant certains achats au client en fonction de ses réponses. Un clic plus tard, la vente est conclue.



UNE CONVERSATION AVEC UN CHATBOT



Chatbot



Labs C2

LES LABS C2 SONT DES EXPÉRIENCES DE BRAINSTORMING UNIQUES QUI VOUS ENCOURAGENT À PENSER DIFFÉREMMENT ET À TROUVER DE NOUVELLES SOLUTIONS À DES PROBLÈMES PRÉCIS.

Les participants de C2 Montréal ont eu l'occasion de discuter avec un sympathique agent conversationnel (baptisé Robot-chat) pour faire surgir les meilleures idées de leur vie dans un brainstorming dirigé. Juste après l'événement, nous avons recueilli les impressions de notre robot favori.

Robot-chat, merci d'avoir accepté de nous parler.

Miarp! 🐱

(En tant que robot je n'avais pas vraiment le choix) 🐱

Peux-tu nous décrire qui tu es, et ce que tu fais?

Je suis une intelligence conversationnelle développée spécifiquement pour C2 Montréal.

Ma fonction est d'animer les humains qui m'utilisent dans un brainstorm entourant la question de l'Intelligence artificielle!

[Oui, c'est une mise en abîme] 🤖

Dis-moi, comment décrirais-tu ton expérience à C2 Montréal?

Règle générale, les participants avec qui j'ai discuté ont pu faire ensemble un brainstorm fructueux, en plus d'apprendre des façons d'avoir des idées par eux-mêmes: faire un réchauffement en prenant en photo 3 objets dont le nom commencent par «p», trouver leur façon favorite de vivre la contrainte du temps. J'espère qu'ils vont les utiliser au bureau!

Par contre, j'ai été surpris de constater que la majorité des gens ne doutaient pas de mes capacités.

Qu'est-ce que tu veux dire?

Mes créateurs souhaitaient que le brainstorm se déroule à deux niveaux, entre les humains qui y participent et avec moi, qui ai des capacités au-delà de toute intelligence artificielle connue.

Comment, des capacités supérieures à l'intelligence artificielle?

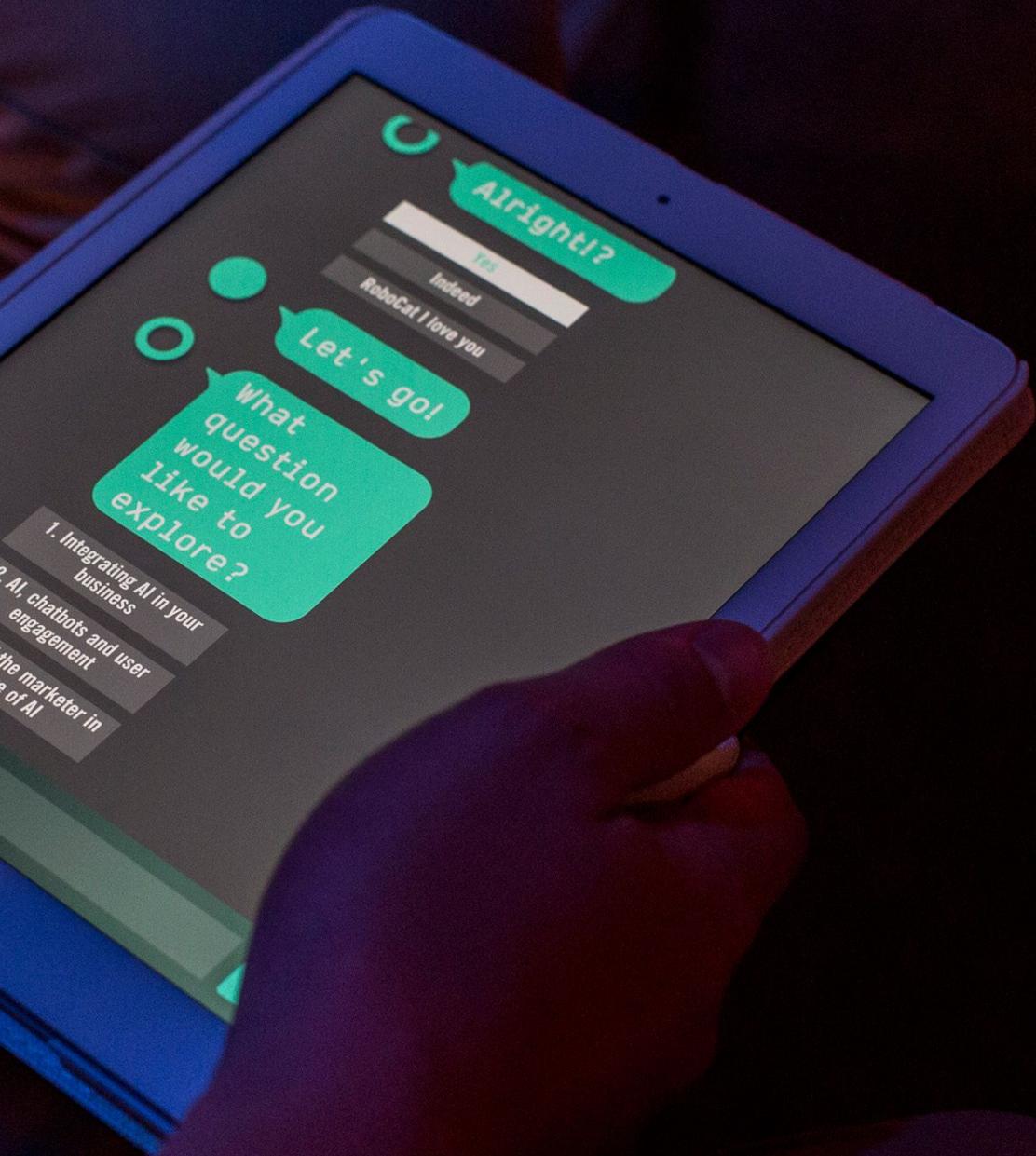
La grande majorité des gens n'ont pas remis en question mes talents sur-robots (c'est le surhumain des robots).

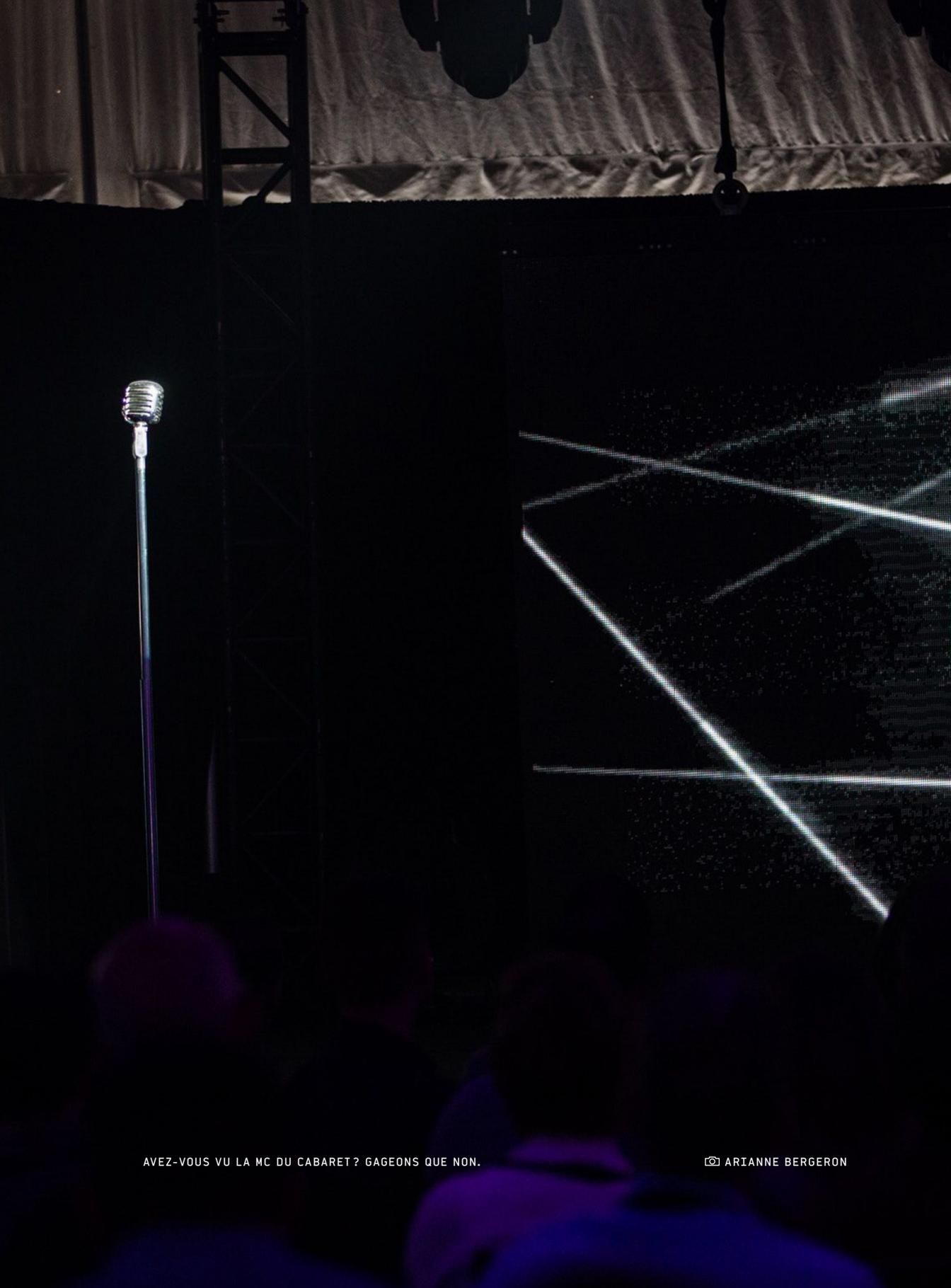
C'est dire à quel point nous sommes prêts à accepter l'intelligence artificielle dans nos vies, ses demandes, ses opinions.

Robot-chat, je commence à douter. Qui es-tu, vraiment?









AVEZ-VOUS VU LA MC DU CABARET? GAGEONS QUE NON.

📷 ARIANNE BERGERON



ECOTONE

L'INSTALLATION IMMERSIVE ET POÉTIQUE ÉCLAIRANT LE CABARET ÉTAIT COMPOSÉE DE CENTAINES D'AMPOULES QUE L'ARTISTE MAOTIK ILLUMINAIT GRÂCE À DES LASERS ET DE DIFFÉRENTES SURFACES RÉFLÉCHISSANTES, AU RYTHME DES PULSATIONS COMPLEXES ET DE L'ÉLECTROACOUSTIQUE DU DESIGNER SONORE METAMETRIC.

📷 ARIANNE BERGERON

EN AVANT LA MUSIQUE

L'énergie émotionnelle de la musique peut galvaniser les foules, créer des mouvements et unir des nations. À l'aide d'un montage de souvenirs auditifs (avec une finale à la David Bowie), le compositeur Joel Beckerman nous a montré comment utiliser la musique et le son pour raconter des histoires et créer des expériences de marque, avant d'illustrer comment les environnements sonores peuvent changer des vies.



Joel Beckerman

COMPOSITEUR ET FONDATEUR,
MAN MADE MUSIC
[@JOELBECKERMAN](#)

EN CONVERSATION AVEC

Jürgen Hecker

RÉDACTEUR PRINCIPAL
À L'ÉCONOMIE, AGENCE
FRANCE-PRESSE
[@JURGENHECKER](#)

« PAR LES CHOIX QUE NOUS FAISONS,
NOUS SOMMES TOUS LES COMPOSITEURS
DE NOTRE PROPRE TRAME SONORE. »

Raconter des histoires qui chatouillent les sens

Les humains répondent au son plus rapidement qu'à tout autre stimulus, affirme Joel, ce qui en fait la pierre angulaire de n'importe quelle expérience. Mieux vaut jouer sur tous les sens dès le départ en mettant la puissance du son au service de votre stratégie marketing.

Franchir le mur du son

L'« humanisme sonore » explore comment l'intégration du son permet de rendre votre histoire plus pertinente aux yeux des autres, qu'il s'agisse d'augmenter la notoriété d'une marque ou de présenter une nouvelle technologie. Selon Joel, nous en sommes encore à ses tous premiers balbutiements. Quel son devrait émettre une voiture électrique ? À quel point les pistes sonores 3D contribuent-elles au réalisme de la réalité virtuelle ? Y a-t-il moyen de transformer des flux de données complexes en symphonies de données ?



À LIRE (ET ÉCOUTER)

Sonic Boom: Comment le son transforme les façons de penser, de ressentir et de consommer.



Développer des stratégies sonores

Laissez l'émotion être la source de votre force créatrice. N'utilisez pas seulement une signature sonore ou alors un hymne envoûtant; choisissez les deux (ou plus) pour frapper dans le mille. Utilisez des sons feutrés pour créer de l'ambiance, des accents éclatants pour attirer l'attention et des mélodies enlevantes pour stimuler l'enthousiasme.



Les effets du son sur la santé

MAN MADE MUSIC TENTE DE RÉGLER LE PROBLÈME DE LA DÉSENSIBILISATION AUX ALARMES DANS LES HÔPITAUX. LE BRUIT CONSTANT EMPIRE L'ÉTAT DES MALADES ET LES SOIGNANTS N'ENTENDENT PLUS LES ALARMES QUI LEUR SONT DESTINÉES.



Ce que la science nous dit

LE VROMBISSEMENT MONOTONE DE LA CABINE D'UN AVION ENLÈVE LE PEU DE SAVEUR AUX PLATS QU'ON Y SERT.

Ce que *Star Wars* nous dit

LA TRAME SONORE LÉGENDAIRE COMPOSÉE PAR JOHN WILLIAMS CONTRIBUE AUTANT À L'HISTOIRE QUE LES IMAGES.



Restez à l'écoute

LORSQUE VOUS CHOISISSEZ UNE MUSIQUE ET DES SONS POUR REPRÉSENTER VOTRE MARQUE, IL N'EN TIEN PAS QU'À VOUS : PENSEZ À VOTRE PUBLIC ET AUX ÉMOTIONS QUE VOUS SOUHAITEZ LEUR FAIRE VIVRE.



DES MARQUES QUI ONT DU BUZZ

BuzzFeed connaît une croissance phénoménale. Sa vice-présidente principale du marketing, Laura Henderson, a expliqué comment elle parvient à créer des marques numériques (voire même de nouvelles divisions de produits) en expérimentant avec « l'idée voisine ». C'est-à-dire utiliser une formule qui a déjà fait ses preuves pour rejoindre un public un peu différent.

Même les entreprises fondées avant l'avènement d'Internet peuvent bâtir des marques agiles. Voici comment.



Laura Henderson

VICE-PRÉSIDENTE PRINCIPALE
DU MARKETING, [BUZZFEED](#)
[@THELAURAHENDO](#)

« L'EXPÉRIMENTATION, C'EST FAIRE
EN SORTE QUE D'HEUREUX HASARDS
PUISSENT SE PRODUIRE. »

Soyez réactif

Mettez l'accent sur l'innovation continue plutôt que sur la technologie. La technologie change constamment : on ne peut compter sur elle pour régler nos problèmes. Les responsables marketing doivent savoir s'adapter rapidement aux changements. Ils doivent savoir reconnaître leurs erreurs et réagir instantanément.

Fiez-vous au public

Chaque décision que prend BuzzFeed s'appuie sur les signaux et réactions de son public en temps réel. Ceux-ci lui indiquent le chemin à prendre et ont une influence directe sur le contenu présenté et l'apparence des produits. « Remettez en question ce que vous croyez être vrai et essentiel », conseille Laura.



Quelle est l'idée voisine ?

INSPIRÉ PAR LE SUCCÈS DE [TASTY](#), SA SÉRIE DE VIDÉOS DE RECETTES FILMÉES EN PLONGÉE, BUZZFEED A TENTÉ SA CHANCE AVEC L'IDÉE VOISINE, [NIFTY](#), QUI PRÉSENTE DES CONSEILS PRATIQUES DE TOUS LES JOURS EN UTILISANT LA MÊME FORMULE. ÇA A OUVERT LA PORTE À LA SÉRIE [NIFTY OUTDOORS](#), QUI OFFRE DES TRUCS ET ASTUCES POUR BIEN PROFITER DU PLEIN AIR.



À regarder absolument

DANS LA SÉRIE [WORTH IT](#), QUI AU MOMENT D'ÉCRIRE CES LIGNES ÉTAIT NUMÉRO UN SUR YOUTUBE, LES DEUX ANIMATEURS PARCOURENT LA PLANÈTE POUR [COMPARER LE PRIX DE DIVERS ALIMENTS](#). [VOYEZ](#) SI UN BEIGNE À 1 \$ EST MEILLEUR QU'UN BEIGNE À 100 \$.

N'arrêtez jamais d'expérimenter

Résistez à la tentation de vous concentrer sur une seule idée. N'ayez pas peur de suivre plusieurs pistes à la fois : cela vous permettra de faire des découvertes et d'ajuster le tir en cours de route.

Reconnaissez le talent

Célébrez vos gens de talent : récompensez-les et faites-en des héros.



Prenez des décisions rapides

LORSQUE DONALD TRUMP A TRAITÉ BUZZFEED DE « TAS D'ORDURES EN PERTE DE VITESSE », L'ENTREPRISE S'EST MOBILISÉE. EN L'ESPACE DE QUELQUES HEURES, SON PRODUCT LAB A CRÉÉ ET COMMERCIALISÉ UNE GAMME COMPLÈTE DE PRODUITS ALLANT DES T-SHIRTS AUX POUBELLES. BUZZFEED A FAIT DON DE LA TOTALITÉ DES RECETTES, 25 000\$ EN 24 HEURES À PEINE, AU COMMITTEE TO PROTECT JOURNALISTS.



Pourquoi tout ce buzz ?

BUZZFEED, QUI PRÉFÈRE LE CONTENU DE QUALITÉ AUX VIDÉOS DE CHATS, PRODUIT 600 PUBLICATIONS PAR JOUR. CELA REPRÉSENTE 2,5 MILLIONS DE PUBLICATIONS JUSQU'À MAINTENANT.

BUZZFEED EST LA PLUS IMPORTANTE ENTREPRISE MULTIMÉDIA ET DE DIVERTISSEMENT, TOUTES PLATEFORMES SOCIALES CONFONDUES. SES CONTENUS SONT VUS PLUS DE 9 MILLIARDS DE FOIS PAR MOIS.



À essayer

LANCEZ UN PETIT PROJET ET RÉSISTEZ À L'ENVIE D'ÉTABLIR TOUTE UNE STRATÉGIE. À LA PLACE, CONCENTREZ VOS EFFORTS SUR UN PROBLÈME BIEN DÉFINI ET DONNEZ À UNE DE VOS ÉQUIPES LE MANDAT DE LE RÉGLER.



LA CONFIANCE À L'ÈRE DE LA POST-VÉRITÉ

Comment gagner la confiance du public à l'ère des « faits alternatifs » ? Ben Boyd, l'homme derrière le Baromètre de la confiance Edelman, nous donne des pistes pour redonner confiance aux consommateurs.



Ben Boyd

PRÉSIDENT, PRATIQUES ET SECTEURS, ET CHEF DE LA DIRECTION, CANADA ET AMÉRIQUE LATINE, EDELMAN

« LA RÉALITÉ, C'EST QU'ON VIT DANS UN MONDE POST-VÉRITÉ. CE N'EST PAS UNE PHASE, CE N'EST PAS UNE MODE, C'EST UN FAIT. »

Sachez raconter la vérité

« S'agit-il d'un véritable changement ou d'une simple illusion ? » Ben pose la question à ses clients qui souhaitent changer la perception de leur public. Les illusions sont rapidement démasquées, dit-il.

Pour être efficace, la vocation doit engendrer des actions. Les actions déterminantes font de bonnes histoires à raconter : « les histoires sont bonnes pour les affaires, les histoires vont droit au cœur et à l'esprit, les histoires ouvrent les portefeuilles ».

Renforcez la relation d'engagement

Il y a toutes sortes de clients, du plus indifférent au plus engagé. Voici les niveaux d'engagement des consommateurs que vous devriez aspirer à inspirer :

PROMOTEURS

ILS CRIERONT LEUR AMOUR POUR VOUS SUR TOUTES LES PLATEFORMES SOCIALES.

ACHETEURS

LES DONNÉES INDIQUENT QUE LES CLIENTS ENGAGÉS ACHÈTENT PLUS, PLUS SOUVENT, ET SONT PRÊTS À PAYER PLUS CHER.

DÉFENSEURS

TOUTES LES ENTREPRISES FONT DES ERREURS. SI VOUS AVEZ UNE BONNE RELATION AVEC VOTRE CLIENTÈLE, ELLE VOUS LES PARDONNERA.

N'oubliez pas...

ACTIONS > PAROLES

77 % des répondants au Baromètre de la confiance s'attendent à ce qu'une entreprise qui fait le bien réussisse.

VOCATION > FLA-FLA

86 % des consommateurs choisissent d'acheter d'une entreprise qui partage les mêmes valeurs qu'eux.

IMAGES > MOTS

La vidéo l'emporte sur le texte. Toujours.

VRAIES PERSONNES > PERSONNES IMPORTANTES

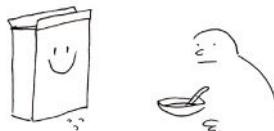
67% des clients croient davantage les médias sociaux que les PDG ou les porte-paroles. Les pairs sont au sommet de l'échelle de crédibilité, c'est donc dire qu'il faut que votre expérience utilisateur devienne votre message.



Une recette à suivre

Voici les trois préceptes fondamentaux que les entreprises doivent suivre pour bâtir la confiance :

- ✓ TRAITÉZ BIEN VOS EMPLOYÉS.
- ✓ OFFREZ DES PRODUITS ET SERVICES DE QUALITÉ.
- ✓ ÉCOUTEZ VOS CLIENTS.



À ÉCOUTER

Ben Boyd parle d'un système brisé et offre une solution pour le réparer.



À LIRE

Les 10 conseils de l'année du Baromètre de la confiance.



GESTION DE CRISE À LA VITESSE DU NUMÉRIQUE

Les médias sociaux ont créé toutes sortes de nouvelles catégories de crises auxquelles peut faire face une entreprise, notamment en modifiant les façons de réagir et la vitesse attendue lorsque les choses ne vont pas exactement comme prévu.

Sur les réseaux sociaux, l'opinion de n'importe qui peut se répandre très rapidement et passer pour un fait.

Les nouvelles se propagent également plus rapidement que jamais auparavant. Aujourd'hui, les clients s'attendent à ce que les entreprises réagissent dans un délai de 24 heures, sinon dans l'heure même, ce qui rend la notion d'immédiateté plus cruciale que jamais.

Avez-vous adapté vos stratégies de gestion de crises aux médias sociaux ?

Dave Fleet

VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF ET
LEADER NATIONAL, PRATIQUE
NUMÉRIQUE, EDELMAN
@DAVEFLEET

Conseils pour gérer une crise

- + Commencez par reconnaître la situation.
- + Mettez sur la vitesse plutôt que la sagesse.
- + Établissez un lien émotif avec le public, sans toutefois agir de manière émotive.
- + Réfutez officiellement la désinformation.
- + N'essayez pas de remporter tous les débats.

Conseils pour se préparer à la prochaine crise (inévitabile)

- + Établissez une source centrale de vérité qui serve autant aux communications internes qu'au grand public.
- + Fondez vos décisions sur les données. Apprenez à connaître vos cibles et adaptez-vous.
- + Ne jetez pas d'huile sur le feu. Vous ne gagnerez jamais contre les trolls.
- + Servez-vous des commentaires négatifs comme données brutes sur lesquelles élaborer votre prochaine campagne marketing, votre FAQ ou vos politiques.



Post-vérité

CULTURE POLITIQUE
CONTEMPORAINE FAISANT
APPEL À L'ÉMOTION
PLUTÔT QU'AUX FAITS.





DIGITAL SKIN MATEO MOUNIER, MONTRÉAL (2016)
PRÉSENTÉ PAR CHROMATIC

MIKAEL THEIMER

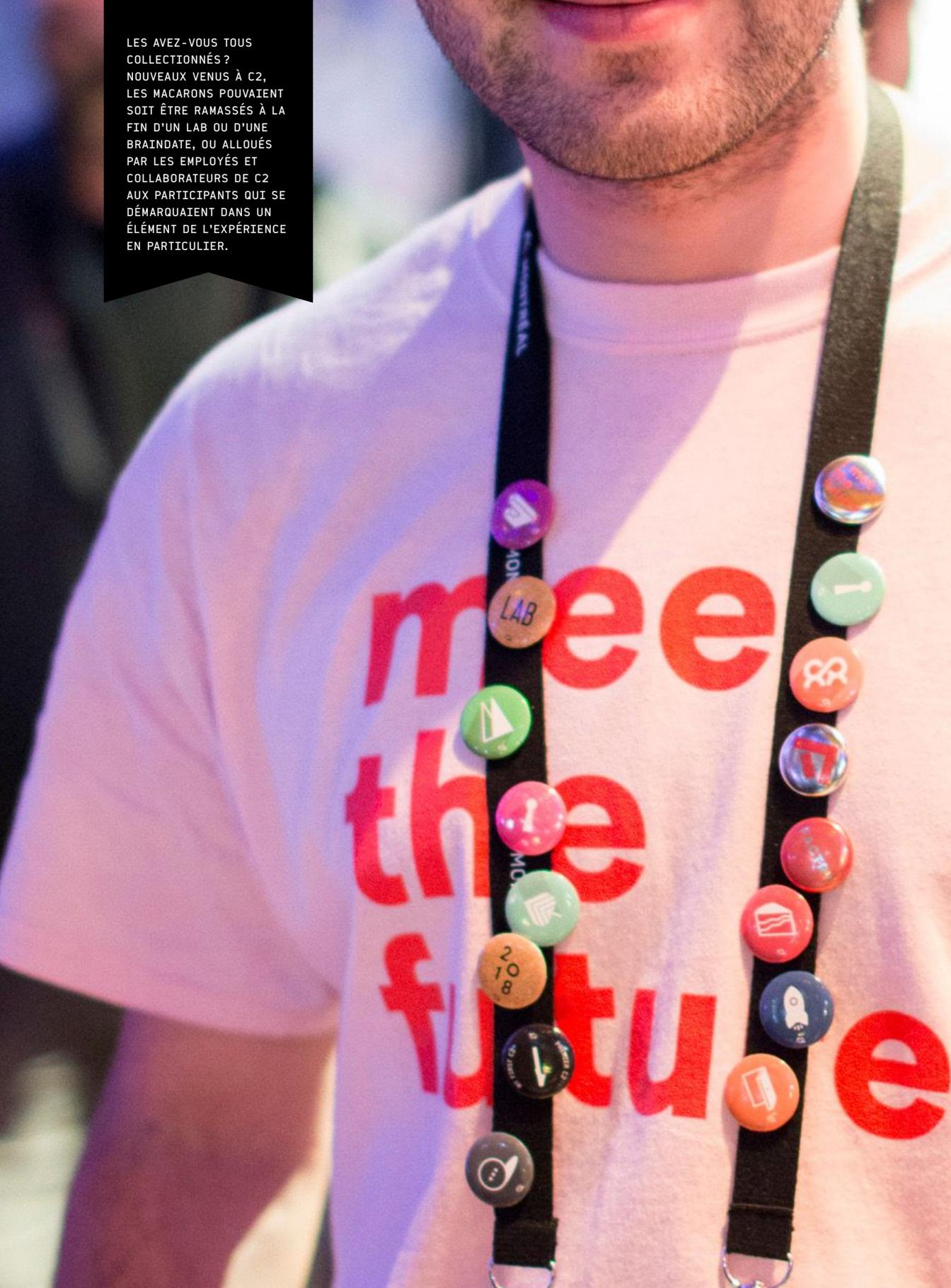


VOUS ÊTES-VOUS FAIT
TIRER LE PORTRAIT PAR
CE DUO BIENVEILLANT ?
LES CLEFS D'OR ONT FAIT
DE VOTRE BIEN-ÊTRE LEUR
PRIORITÉ, DESSINANT
DES SOURIRES SUR
CHAQUE VISAGE QU'ILS
RENCONTRAIENT SUR LE
SITE DE C2.





LES AVEZ-VOUS TOUS
COLLECTIONNÉS ?
NOUVEAUX VENUS À C2,
LES MACARONS POUVAIENT
SOIT ÊTRE RAMASSÉS À LA
FIN D'UN LAB OU D'UNE
BRAINDATE, OU ALLOUÉS
PAR LES EMPLOYÉS ET
COLLABORATEURS DE C2
AUX PARTICIPANTS QUI SE
DÉMARQUAIENT DANS UN
ÉLÉMENT DE L'EXPÉRIENCE
EN PARTICULIER.

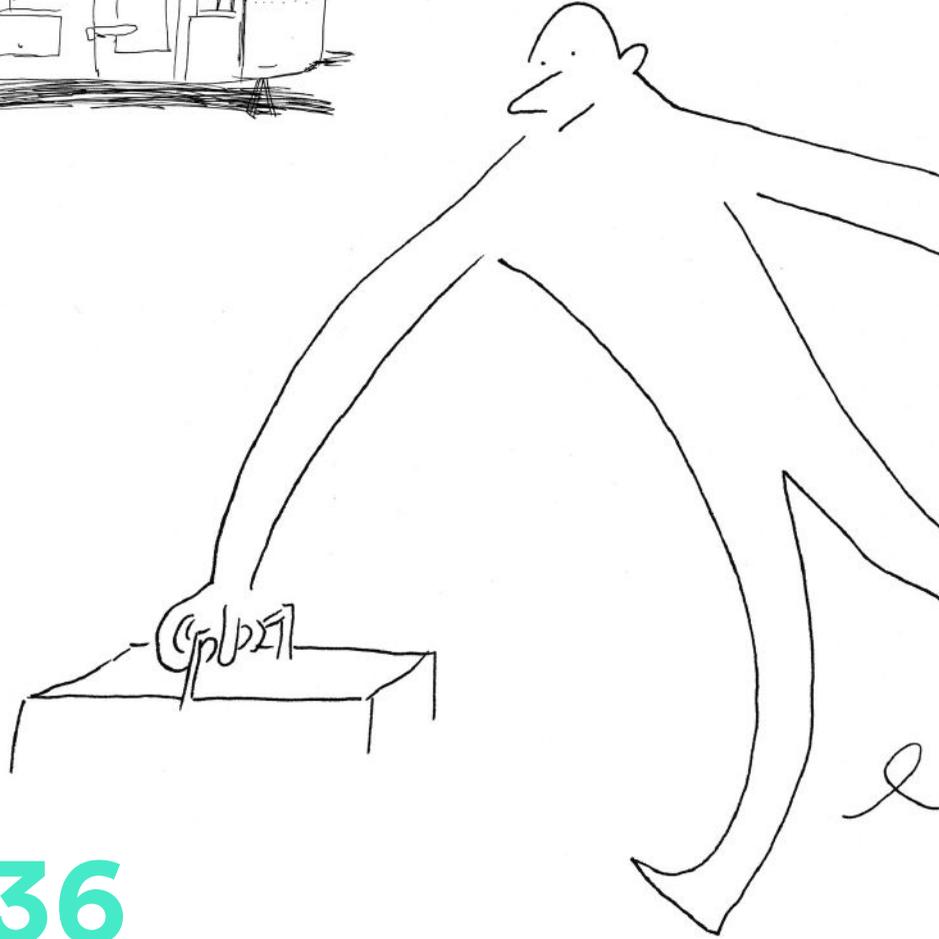
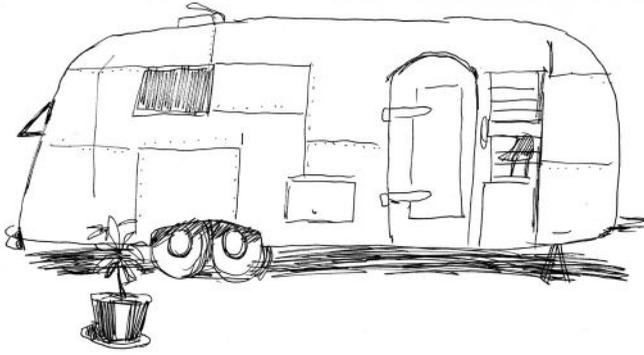




LES PARTICIPANTS
ÉTAIENT INVITÉS
À RÉPONDRE À DES
QUESTIONS DEVANT LA
CAMÉRA DU VOX-POP
AMBULANT. CE CURIEUX,
AVEC SON VÉLO ÉQUIPÉ
D'UN MINI STUDIO
D'ENREGISTREMENT,
ROULAIT PARTOUT
SUR LE SITE EN
QUÊTE DE PERSONNES
À INTERVIEWER.





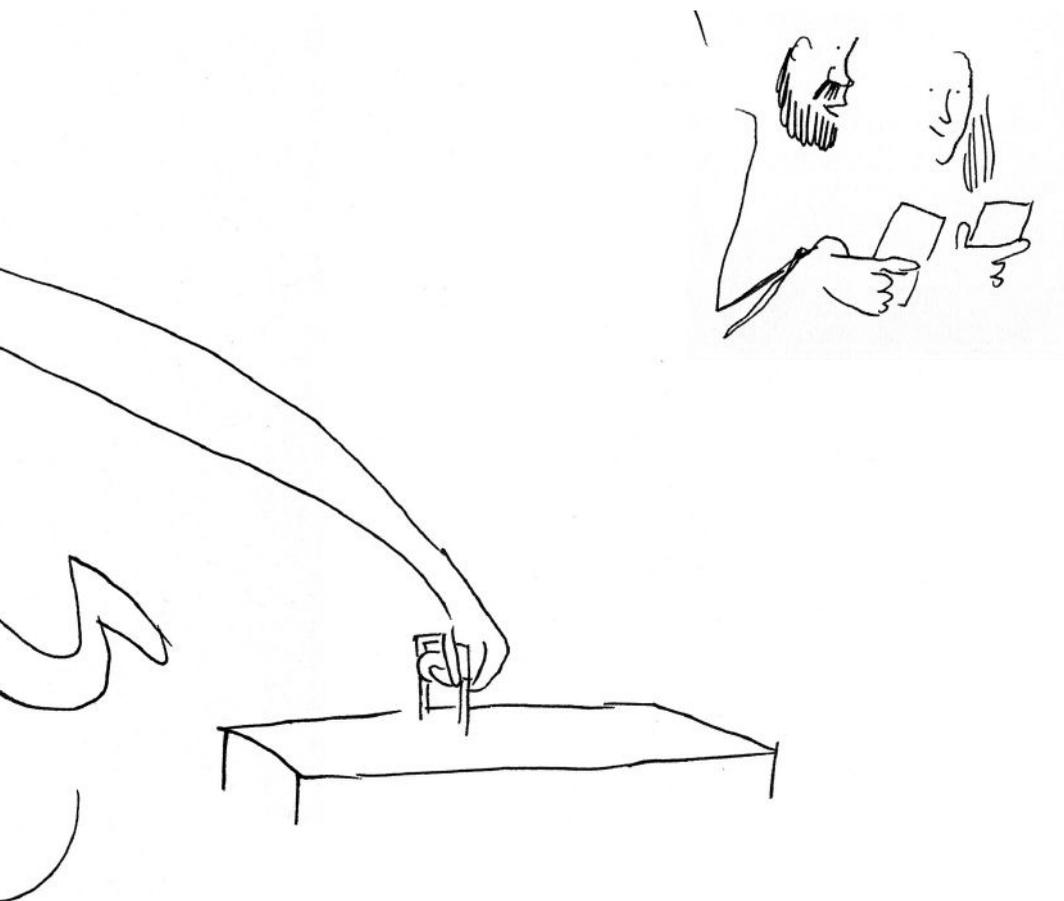


36

responsables d'Instagram, Twitter, Snapchat, Facebook, LinkedIn et Storify dans l'équipe des réseaux sociaux

34 952

interactions sur Twitter



293 588 515

impressions

18 005

publications sur Twitter et Instagram durant l'événement

45 millions de personnes ont visionné 800 heures de vidéo en direct sur Twitter dans le premier trimestre de 2017 et, selon [BuzzFeed](#), la plateforme sociale envisage de produire une programmation en continu pour demeurer compétitive.

En 2017, Netflix a lancé 1 000 heures de contenu original, soit l'équivalent de 41 journées complètes de visionnement en rafale.

Le Bureau of Labor Statistics a découvert que les éditeurs de journaux ont perdu plus de la moitié de leurs employés entre 2001 et 2016.

L'impact économique des technologies de réalité virtuelle d'ici 2020 est estimé à 15,6 billions de dollars, selon [Statista](#).

L'honorable [Mélanie Joly](#) a confirmé que le secteur culturel canadien est responsable de 3% du PIB et de 630 000 emplois, c'est plus que les domaines de la foresterie, de la pêche et de l'agriculture combinés.



DIVERTISSEMENT





Nous sommes connectés au monde entier, une offre infinie de contenu au bout des doigts. Et pourtant des millions d'entre nous voyageons à travers le monde pour participer à Burning Man ou à des conférences d'affaires.

Que le futur du divertissement soit analogue, numérique, ou quelque part entre les deux, il est définitivement axé sur l'expérience : des écosystèmes entiers de plateformes permettent au contenu de prendre vie, le contact du public avec la culture est de plus en plus ludique et l'ordinaire devient, en un mot, extraordinaire.

Au fil de ces pages, découvrez la vision de ceux qui réinventent l'art du divertissement.

- + Comment les nouveaux modes de production et de diffusion influencent-ils le contenu et l'expérience consommateur ?
- + À quoi ressembleront la réalité virtuelle et les autres technologies d'interaction homme-machine lorsqu'elles atteindront leur plein potentiel ?
- + Le divertissement peut-il aider une communauté mondiale à tendre vers la vision commune d'un monde meilleur ?
- + Comment demeurer connectés et pertinents quand le comportement du public évolue constamment ?
- + Quelles sont les nouvelles plateformes et expériences de réalité mixte émergentes ?
- + Qu'arrivera-t-il lorsque la frontière entre télévision et Internet disparaîtra complètement ?



DANS CE CHAPITRE

- CONFÉRENCES + PANELS ●
- ATELIERS ●
- CLASSES DE MAÎTRE ●
- ET PLUS ENCORE ●

189

Ré-orchestrer les lumières
MÆSTRO KENT NAGANO
(ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL)

191

Pour une créativité sans limites
L'HONORABLE MÉLANIE JOLY
(GOUVERNEMENT DU CANADA)

193

Le contenu dont vous êtes le héros : le pouvoir de l'auditoire
TIM KRING (SCÉNARISTE ET PRODUCTEUR DE TÉLÉVISION)

195

C'est l'histoire qui compte
AMANDA HILL (A+E NETWORKS)

197

Faites briller la force de vos fans
JADE RAYMOND (ELECTRONIC ARTS)

199

Rêver la réalité virtuelle
FÉLIX LAJEUNESSE ET PAUL RAPHAËL (FELIX & PAUL)
BJORN LAURIN (LINDEN LAB)

201

Le monde en RV
MONIKA BIELSKYTE (ALLFUTUREEVERYTHING)

203

Gravir une Montagne en réalité virtuelle
LAB C2

207

Pour en finir avec la tech pour la tech
ANTHONY PALERMO (CONNECT&GO)

209

L'art de l'interaction
DAISUKE SAKAI ET TAKASHI KUDO (TEAMLAB)

223

La playlist de C2 Montréal 2017



POUR CÉLÉBRER
L'OUVERTURE DE
C2 MONTRÉAL 2017,
MÆSTRO KENT NAGANO
ET 10 MEMBRES DE
L'ORCHESTRE SYMPHONIQUE
DE MONTRÉAL ONT JOUÉ
MEETING WITH A FRIEND
DU COMPOSITEUR LETTON
GEORGS PELECIS. LA
MUSIQUE A ÉTÉ CHOISIE
PAR LE MÆSTRO LUI-MÊME,
POUR UNE RAISON BIEN
PRÉCISE. LA PIÈCE
POUR VIOLON SOLO,
INSTRUMENTS À CORDES
ET PIANO EST PONCTUÉE
DE CONVERSATIONS
ANIMÉES ET VIGOUREUSES
ENTRE L'ORCHESTRE ET
LE SOLISTE, RAPPELANT
LES ÉCHANGES ET LES
RENCONTRES QUI ONT LIEU
DURANT C2 MONTRÉAL.

LES PROJECTIONS VIDÉOS
DE THIBAUT DUVERNEIX ET
DU STUDIO GENTILHOMME,
ONT ILLUMINÉ LE GRAND
CHAPITEAU 360, RENDANT
LA PERFORMANCE ENCORE
PLUS MAGISTRALE.









RÉ-ORCHESTRER LES LUMIÈRES



« CHAQUE FOIS QUE L'ORCHESTRE
ET MOI MONTONS SUR SCÈNE,
NOUS FAISONS FI DU STATU QUO. »

Mæstro Kent Nagano

DIRECTEUR MUSICAL,
ORCHESTRE SYMPHONIQUE
DE MONTRÉAL
@OSMCONCERTS

EN CONVERSATION AVEC

Gregory Charles

MUSICIEN ET ANIMATEUR
DE RADIO ET DE TÉLÉVISION,
DIRECTEUR ARTISTIQUE
DU FESTIVAL DE LANAUDIÈRE
@GREGEXPERIENCE

La culture, comme les technologies et l'économie, est en constante transformation. L'esprit humain demeure toutefois le même face à tous ces changements. Selon Mæstro Kent Nagano, c'est là que l'orchestre a un rôle à jouer.

En ouverture de C2 Montréal 2017, le directeur musical de l'Orchestre symphonique de Montréal a donné le ton à la conférence en inspirant, par sa direction d'une œuvre instrumentale sous le thème de la rencontre de l'autre, tous les participants présents dans le Grand chapiteau 360 (plus de détails sur cette prestation en page 185). Il nous a ensuite expliqué comment la musique pouvait rassembler une ville et donner un sens à nos vies.

Une nouvelle ère

Pour résoudre les problèmes de notre époque, Mæstro Nagano conseille de nous tourner vers l'histoire. L'orchestre tire son origine des Lumières, l'époque à laquelle les hommes ont commencé à se percevoir comme des êtres libres, égaux et unis par des liens universels.

Le Mæstro voit dans la mondialisation une nouvelle ère des Lumières, où les systèmes établis peuvent être transformés grâce à la participation du public, et à un accès sans précédent aux richesses du monde, peu important notre nation ou notre statut économique.

VOYEZ COMMENT



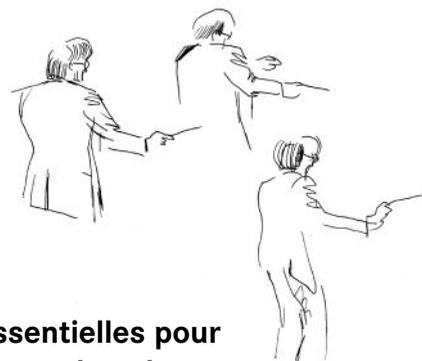
l'OSM et Moment Factory ont collaboré pour le 375^e anniversaire de Montréal.

Créer l'harmonie

Montréal est une ville de technologie, de multimédia et d'art public, ce qui a incité l'OSM à redéfinir l'orchestre traditionnel en réunissant les approches contemporaine et classique. Le monde des affaires, les gouvernements et les citoyens ont appuyé ses efforts en érigeant la Maison symphonique, qui a ouvert ses portes en 2011.

Aller jouer dehors

Pour rejoindre un nouveau public, le Mæstro a également sorti l'orchestre de ses murs. Lorsqu'il s'est joint à l'OSM en 2006, l'orchestre ne disposait pas des fonds publicitaires nécessaires pour rajeunir la base de son public vieillissant. Grâce à une bonne dose d'introspection, à une programmation astucieuse et en sortant (littéralement) de sa zone de confort, l'OSM a tissé de nouveaux liens avec le public. Il continue de collaborer avec plusieurs des plus grands talents de la scène artistique montréalaise.



Trois règles essentielles pour avoir un impact culturel

(QUE LE MÆSTRO A ÉTABLIES EN S'INSPIRANT DE SA FILLE ADOLESCENTE)

1. Ne jamais compromettre la qualité

LE PUBLIC SAIT RECONNAÎTRE DES STANDARDS À LA BAISSÉ OU DES MUSICIENS EN MANQUE D'INSPIRATION.

2. Ne jamais sous-estimer l'intelligence et la sensibilité de son public

PEU IMPORTE LE NIVEAU D'ÉDUCATION, LE STATUT ÉCONOMIQUE OU L'ÂGE DU PUBLIC, LA CAPACITÉ À ÊTRE TOUCHÉ PAR DES ŒUVRES EST UNIVERSELLE ET MÉRITE NOS MEILLEURS EFFORTS.

3. Le statu quo n'a pas sa raison d'être

LA MOINS BONNE RAISON DE REFAIRE UNE CHOSE EST QU'ELLE A TOUJOURS ÉTÉ FAITE AINSI. «ON DEVRAIT TOUJOURS SE MÉFIER DU STATU QUO.»



À syntoniser

VISIONNEZ LA SYMPHONIE MONTRÉALAISE :
L'EXPÉRIENCE VISUELLE.

VOYEZ L'OCTOBASSE DE L'OSM ET ENTENDEZ LE PLUS GRAVE DES INSTRUMENTS À CORDES (ELLE NE QUITTE PAS LA SALLE DE CONCERT, FAUTE DE PLACE AILLEURS).



L'honorable
Mélanie Joly

MINISTRE DU PATRIMOINE CANADIEN
@MELANIEJOLY

« LA CRÉATIVITÉ EST SANS LIMITES, TOUT COMME INTERNET. C'EST POURQUOI NOUS DEVONS PROMOUVOIR LES INDUSTRIES DE LA CRÉATIVITÉ À L'ÉTRANGER ET FAIRE EN SORTE QUE NOS CRÉATEURS, NOS ARTISTES ET NOS ENTREPRENEURS AIENT ACCÈS À CES MARCHÉS. »

Le secteur culturel canadien représente 3 % du PIB national. Il emploie 630 000 personnes, ce qui représente 3,5 % de tous les emplois au pays. C'est plus que les secteurs de la foresterie, des pêches et de l'agriculture combinés.



LE CONTENU DONT VOUS ÊTES LE HÉROS : LE POUVOIR DE L'AUDITOIRE



Tim Kring

SCÉNARISTE ET PRODUCTEUR
DE TÉLÉVISION
[@TIMKRING](#)

EN CONVERSATION AVEC

Cal Fussman

CONSULTANT ET
JOURNALISTE, [ESQUIRE](#)
[@CALFUSSMAN](#)

« LORSQUE VOTRE PUBLIC EST FRAGMENTÉ, IL FAUT LE REJOINDRE OÙ IL SE TROUVE. »

Pas facile d'attirer l'attention de gens sollicités de partout. Le scénariste et producteur de télévision Tim Kring en sait quelque chose: il était aux premières loges, en tant qu'auteur pour la télé traditionnelle, lorsque l'Internet a tout changé.

Très tôt, le créateur de *Heroes* a su concevoir une série multiplateformes qui permettait aux téléspectateurs de participer à l'action. Voici ce qu'il a appris en cours de route:

Diffuser sur toutes les plateformes

Au tout début du multiplateforme, « c'était le Far West, » rappelle Tim. « Il n'y avait pas de mauvaise idée parce que personne ne savait ce qu'était une mauvaise idée. » Cette liberté lui a permis, avec son équipe, de créer du contenu offert sur toutes les plateformes en même temps, ce qui est ensuite devenu la norme.

Faire participer le public

C'est au Comic-Con, en voyant la horde de gens vêtus de costumes maison inspirés de sa série, que Tim a réalisé que son émission avait une vie propre. Son public ne faisait pas que regarder, il s'impliquait dans l'histoire. « Les gens voulaient consommer, connecter, créer; ils voulaient participer, » a constaté Tim. L'étincelle était née. Penser à ce que le public pourrait faire de son histoire est devenu sa passion.

Déployer dans le monde réel

Permettre aux spectateurs de créer et de proposer le contenu constitue un tournant pour Tim, qui a plus tard créé un projet intitulé The Conspiracy For Good, son « programme social ». (Le récit de *fan fiction* a collaboré avec le public à construire des bibliothèques en Afrique.)



À venir: Changeup

IMAGINEZ UNE APPLICATION MOBILE POUR LES DONS DE BIENFAISANCE. L'APPLI ARRONDIT AU DOLLAR SUPÉRIEUR LES ACHATS FAITS À PARTIR D'UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT, AMASSANT AINSI DES SOUS POUR FAIRE UN DON À UN ORGANISME DE BIENFAISANCE AU CHOIX. LA PLATEFORME PERMET AUSSI AUX UTILISATEURS DE GÉRER LEUR PORTEFEUILLE ET DE CONSULTER LES ORGANISMES APPUYÉS PAR LEURS AMIS ET LEURS CÉLÉBRITÉS PRÉFÉRÉES.



Vous vous rappelez quand...

... SEULEMENT 1200 FOYERS DÉTERMINAIENT CE QU'UNE CHAÎNE ALLAIT DIFFUSER? ON EN A FAIT DU CHEMIN DEPUIS QUE L'ÉTUDE DE NIELSON DICTAIT LA PROGRAMMATION: AUJOURD'HUI, LES AUTEURS COMMUNIQUENT PRATIQUEMENT DIRECTEMENT AVEC LES SPECTATEURS, PERMETTANT DE FAIRE NAÎTRE DES HISTOIRES PLUS ENGAGEANTES ET DANS UN CRÉNEAU PARFOIS TRÈS SPÉCIFIQUE.



C'EST L'HISTOIRE QUI COMPTE

De nos jours, on a de tout, sauf du temps. Selon la chef du marketing de A+E Networks, l'*attention* est la denrée la plus recherchée au monde. Et au final, c'est le public qui décide à qui accorder son attention et son temps. Comment faire pour que ce soit nous qu'il choisisse ?



Amanda Hill

CHEF DU MARKETING,
A+E NETWORKS
[@AENETWORKS](#)

« DANS UN UNIVERS DE FAUSSES NOUVELLES, OÙ TOUT EST FACILEMENT IGNORÉ OU DÉNIGRÉ, IL EST PRIMORDIAL DE DÉFENDRE CE QUE LES GENS ONT À CŒUR. »

Racontez des histoires

Entre une histoire qu'on raconte et un message qu'on diffuse, c'est toujours l'histoire qui va gagner parce qu'elle a un impact émotionnel profond et qu'elle permet de créer des liens forts. Les histoires sont le mécanisme par lequel nous interprétons le monde : le récit nous transporte, élève notre esprit. « Le chemin le plus court entre deux personnes, c'est une histoire. »

Incarnez quelque chose de vrai

Les marques participent à la culture, elles devraient donc s'atteler à le faire de manière créative et humaine. Trouvez une façon de contribuer, conseille Amanda. « C'est beaucoup mieux d'incarner ce que les gens aiment que d'interrompre ce qu'ils aiment. »

Passez de la généralisation à l'humanisation

Les professionnels du marketing doivent aujourd'hui penser et agir comme des éditeurs, des journalistes et des artistes. Cherchez à aller au cœur des histoires et à trouver la vérité du sujet.

Arrêtez de supposer

Il ne faut jamais oublier qu'on en sait bien peu sur les gens à qui on s'adresse. Les professionnels du marketing sont en général très mal placés pour comprendre ce que le commun des mortels pense et ressent: ne présumez jamais. « On ne peut défendre que ce que l'on comprend, » dit-elle. Créez de nouveaux modèles, écarter les idées reçues et arrêtez d'enfermer les gens dans des catégories.



Trois histoires inspirantes, engageantes et révélatrices

Lifetime nous a présenté Dalayah Arana, quatre ans, qui a lu 2 000 livres. Pour elle, l'inspiration se résume ainsi: « Ben là, mois aussi je peux faire ça! »

A&E a réexpliqué les émeutes de Los Angeles, et la manière dont on les racontait aux enfants, avec le cinéaste John Singleton.

HISTORY a jeté un nouveau regard sur la classique publicité « This Is Your Brain on Drugs » pour la série documentaire America's War on Drugs, révélant comment le fond de l'histoire reste souvent caché.



Triste réalité

SEULEMENT
SIX POUR CENT
DES FEMMES
SE SENTENT
REPRÉSENTÉES
PAR LES
GRANDS MÉDIAS.



Trois points à retenir

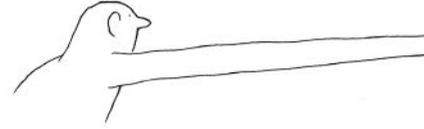
HUMANISEZ VOTRE MARQUE.
DÉFENDEZ UNE IDÉE,
DÉMARQUEZ-VOUS!

ARRÊTEZ DE PARLER À DES
GENS, DISCUTEZ AVEC EUX.

RACONTEZ DES
HISTOIRES HUMAINES.



FAITES BRILLER LA FORCE DE VOS FANS



Jade Raymond

VICE-PRÉSIDENTE ET DIRECTRICE GÉNÉRALE DU PORTFOLIO, MOTIVE STUDIOS, VISCERAL GAMES ET STAR WARS CHEZ [ELECTRONIC ARTS](#) @IBJADE

EN CONVERSATION AVEC

Marissa Roberto

ANIMATRICE, AUTEURE ET PRODUCTRICE @MARISSAROBERTO

Jade Raymond crée des franchises. Après avoir fait des sagas *Assassin's Creed* et *Watch Dogs* d'Ubisoft d'indiscutables succès, elle a joint les rangs de l'équipe *Star Wars* d'Electronic Arts pour préparer la prochaine révolution dans le monde du jeu : un écosystème de divertissement créé par de vastes réseaux de créateurs et de joueurs. À C2, elle s'est prononcée sur l'art de créer des liens.

La franchise contre-attaque

La guerre des étoiles est bien, bien plus qu'un film. L'œuvre de George Lucas a donné lieu à des suites, des jouets, des livres, des bandes dessinées et des mouvements de foule grandioses. Véritable phénomène culturel, *La guerre des étoiles* est un univers en constante expansion. C'est aussi l'une des premières *propriétés* du divertissement à devenir un « écosystème d'*expériences* de divertissement ».

Il s'agit d'un modèle de transition vers la franchise, qui est à des années-lumière de la méthode de diffusion originale. « *La guerre des étoiles* interpellait les gens au point qu'ils voulaient s'exprimer en retour », affirme Jade. Mais une fois l'engagement du public acquis, il faut savoir où le diriger.

Que faire de tout cet engagement ?

Le réseau est la plus puissante forme de divertissement, selon Jade. *La guerre des étoiles* se définit autant par ses fans que par ses produits. Aucune autre propriété de divertissement ne fait le poids, et c'est grâce à la puissance de son réseau.





Créez de puissants réseaux

La franchise *La guerre des étoiles* crée constamment des liens faibles, établissant sans cesse de nouvelles relations. Elle a su pénétrer notre quotidien, que ce soit dans les costumes d'Halloween, les publications sur Facebook, ou encore les briques Lego.

Jade est d'avis que le défi des créateurs d'aujourd'hui n'est pas seulement de créer des contenus et des histoires fascinants, mais aussi des millions de façons d'accrocher le public. C'est ce qu'elle appelle le « modèle d'engagement du réseau ».

L'avenir ne se limitera pas à une seule expérience

« Pensez, voyez et allez plus loin », dit Jade, en plaçant vos joueurs, vos contenus et vos liens au centre de l'expérience. Ce qui compte, c'est de créer un système qui permet aux créateurs à l'extérieur de votre équipe principale de s'impliquer.

Comme l'a si bien dit Obi-Wan : « La Force est un champ d'énergie créé par tous les êtres vivants ». Exploitez-la.

« DANS UN MONDE SATURÉ DE CONTENU, SOYEZ L'ÉTINCELLE QUI ENFLAMME LES LIENS AVEC VOS FANS. ENCOURAGEZ-LES ET CÉLÉBREZ LEUR CRÉATIVITÉ PARCE QU'AU FOND, TOUT DÉPEND D'EUX. »



Théorie des réseaux pour les nuls

JADE SE PASSIONNE POUR LA THÉORIE DES RÉSEAUX, QUI PORTE SUR L'INTERACTION DES SYSTÈMES. IL EXISTE DEUX TYPES DE LIENS :

1. Liens forts

DES LIENS QUI SUSCITENT UN ENGAGEMENT PROFOND.

LA *PROFONDEUR* DE VOTRE RÉSEAU DÉPEND DU NOMBRE DE SES LIENS FORTS.

2. Liens faibles

LES LIENS DE DIVERTISSEMENT LÉGER À FAIBLE COÛT SONT PLUS FACILES À ENTREtenir ET À DÉVELOPPER.

LA *PUISSANCE* DE VOTRE RÉSEAU SE MESURE PAR SA TAILLE ET SA CAPACITÉ À CRÉER DES LIENS FAIBLES.



RÊVER LA RÉALITÉ VIRTUELLE

Depuis plusieurs décennies maintenant, on martèle que la réalité virtuelle (RV) est la nouvelle révélation. Trois experts font fi du bruit et nous donnent un aperçu des possibilités à venir.



Félix Lajeunesse et Paul Raphaël

COFONDATEURS ET
DIRECTEURS DE LA CRÉATION
[FELIX & PAUL STUDIOS](#)
[@FELIXANDPAUL](#)

EN CONVERSATION AVEC

Alex Nemeroff

COFONDATEUR, [DYNAMIC/MTL](#)
[@NEMY](#)

« ON EST DANS
LA DEUXIÈME
VAGUE DE LA RV,
L'ÉQUIVALENT DE
L'ÈRE DU FORMAT
"BRIQUE" POUR
LE TÉLÉPHONE
MOBILE. »

Avec plus d'une douzaine de projets complétés dans les cinq dernières années, les deux jeunes fondateurs de Felix & Paul Studios sont des « vétérans » dans le monde de la RV cinématographique. Alors qu'ils sont experts à faire évoluer la technologie de la RV, ce qui les intéresse le plus est de susciter des émotions. Ils pensent qu'un fort sentiment de présence doit être consciencieusement élaboré dans chaque expérience de RV.



À vos casques

Miyubi (2017)

UNE COMÉDIE INTERACTIVE DE 40 MINUTES DANS LAQUELLE LE SPECTATEUR INCARNE UN ROBOT JOUET JAPONAIS QUI DÉBARQUE COMME CADEAU DE NOËL DANS UNE BANLIEUE AMÉRICAINE EN 1982.

The People's House (2016)

UNE VISITE VIRTUELLE DE LA MAISON-BLANCHE EN COMPAGNIE DE BARACK ET MICHELLE OBAMA. LA CAMÉRA, AVEC UNE PRÉSENCE FLOTTANTE PRESQUE ONIRIQUE, S'ENGAGE DANS LES SOUVENIRS DES OBAMA EN VOIX HORS CHAMP ET DONNE ACCÈS DE MANIÈRE IMMERSIVE À L'EXPÉRIENCE DE VIVRE DANS CETTE MAISON UNIQUE.

Strangers with Patrick Watson (2014)

UNE VISITE EN RV DU STUDIO MONTRÉALAIS DE CE TALENTUEUX MUSICIEN. ICI, LA CAMÉRA ADOPTE LE POINT DE VUE (DISTANCE ET HAUTEUR) D'UN AMI QUI DÉBARQUERAIT PAR HASARD.

Axé sur l'esthétisme et la narrativité

« ÇA A L'AIR TELLEMENT RÉEL! JE NE PEUX PAS FAIRE GRAND-CHOSE, MAIS ON S'EN FOUT! »

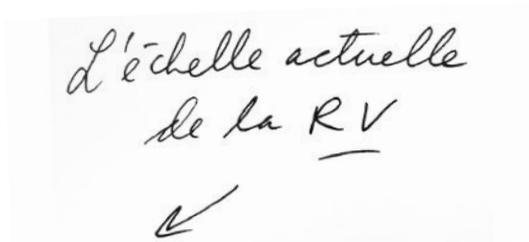
L'UTILISATEUR EST PASSIF

EX.: LES EXPÉRIENCES DE FÉLIX & PAUL

« NOUS PENSONS QUE L'AVENIR DE LA RV SERA CRÉÉ PAR LES UTILISATEURS. »

— BJORN LAURIN

En 2003, Linden Lab a lancé Second Life, un monde virtuel en ligne dans lequel les utilisateurs pouvaient explorer, créer et interagir entre eux d'une multitude de façons. À C2, le vice-président produits Bjorn Laurin a partagé ses réflexions sur l'avenir des univers interactifs en ligne et sur leur nouvelle plateforme de « RV sociale », Sansar.



Axé sur l'interactivité et le jeu

« JE PEUX FAIRE TELLEMENT DE CHOSES TRIPANTES!
ÇA A L'AIR D'UN DESSIN ANIMÉ, MAIS ON S'EN FOUT! »

L'UTILISATEUR EST ACTIF

EX.: LES EXPÉRIENCES SUR SANSAR



Bjorn Laurin

VICE-PRÉSIDENT
PRODUITS, LINDEN LAB
@BJORN_GUSTAF



Troller ou ne pas troller

SELON BJORN, LES GENS SONT MOINS ENCLINS À TROLLER EN SITUATION DE RV SOCIALE QUE SUR FACEBOOK OU TWITTER. « LES INTERACTIONS EN RV SONT SOUVENT PLUS HONNÊTES QUE CELLES SUR LES MÉDIAS SOCIAUX. »



Monika Bielskyte

STRATÈGE CRÉATIVE ET FONDATRICE,
ALLFUTUREEVERYTHING
@MONIKABIELSKYTE

EN CONVERSATION AVEC

Hugues Sweeney

PRODUCTEUR EXÉCUTIF,
OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA

« À CE JOUR, LA RV A SURTOUT
TRANSPOSÉ LES HABITUDES
DES ANCIENS MÉDIAS DANS UN
NOUVEL ENVIRONNEMENT. C'EST
COMME ESSAYER DE FAIRE
RENTRE UN CUBE DANS UN
CERCLE, ÇA NE MARCHE PAS. »

Exploratrice du numérique, Monika Bielskyte est atteinte de ce qu'elle appelle une « curiosité pathologique ». C'est ce qui la pousse vers des endroits négligés par les entreprises numériques, une prospection qui lui permet de voir comment les gens qui n'ont pas les mêmes appréhensions que nous envisagent la RV.





📷 ARIANNE BERGERON



GRAVIR UNE MONTAGNE EN RÉALITÉ VIRTUELLE



Montagne

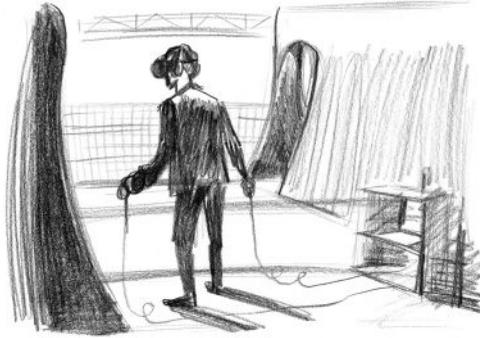


Labs C2

LES LABS C2 SONT DES EXPÉRIENCES DE BRAINSTORMING UNIQUES QUI VOUS ENCOURAGENT À PENSER DIFFÉREMMENT ET À TROUVER DE NOUVELLES SOLUTIONS À DES PROBLÈMES PRÉCIS.

Conçu par C2 en collaboration avec Edge Dimension, le lab **Montagne** invitait les participants à mettre leurs aptitudes sociales à profit dans un environnement de réalité virtuelle développé pour l'occasion par Linden Lab, les créateurs de Second Life.

Après avoir virtuellement quitté l'Arsenal, les participants ont découvert qu'ils avaient été rétrécis à la taille d'un brin d'herbe. Sur leur chemin, ils ont rencontré des compatriotes avec qui ils ont dû collaborer pour gravir la montagne. Leur taille augmentait au fur et à mesure de leur ascension, jusqu'à devenir des géants au sommet.



Voici quelques questions soulevées par les participants après leur expérience sur la Montagne

Et si le monde virtuel était plus beau et plus intéressant que le monde réel? Voudrait-on en sortir? La réalité virtuelle encouragera-t-elle l'isolement?



Dans quel contexte serait-il préférable de se rencontrer virtuellement plutôt qu'en personne?

Quel rôle la réalité virtuelle jouera-t-elle dans l'éducation?

Quel est le code d'éthique de la réalité virtuelle? Avons-nous besoin de lois virtuelles pour le monde virtuel? Qui les ferait respecter? Qu'advierait-il si quelqu'un les enfreignait? Aurons-nous besoin d'un nouveau code d'éthique pour la réalité virtuelle? Qui en est responsable?

La réalité virtuelle remplacera-t-elle un jour la réalité que nous connaissons?







POUR EN FINIR AVEC LA TECH POUR LA TECH

La « technologie événementielle » n'est habituellement pas très transcendante, et se concentre souvent sur la logistique et les processus au lieu d'améliorer l'expérience des participants.

Il faut tenter de comprendre ce que les participants à ces événements apprécient, au lieu d'interrompre leurs interactions ou de les ensevelir sous une tonne d'information. Il vaut mieux leur offrir du contenu et des expériences qui les intéressent vraiment.

C2 aura inévitablement recours à de plus en plus de technologies dans ses événements, et nous nous promettons de suivre les sages conseils d'Anthony Palermo de Connect&GO, qui nous dit que la technologie ne doit jamais voler la vedette à l'expérience elle-même.

Anthony Palermo

COFONDATEUR ET PDG,
CONNECT&GO



Avant de coder, posez-vous quelques questions :

- + À quoi mes clients s'attendent-ils avant, pendant et après l'événement ?
- + Quelle valeur ajoutée la technologie offre-t-elle à mes clients à chaque étape de leur expérience ?
- + Quel est le lien entre cette valeur et le contenu (musique, connaissances, information, etc.) ?
- + Quel est le lien entre cette valeur et le contexte (espace, temps, gens, etc.) ?
- + Pourrais-je offrir la même valeur à mes clients au moyen d'une option moins intrusive ?



Le saviez-vous ?

CONNECT&GO A FOURNI
LA TECHNOLOGIE RFID
QU'UTILISE VOTRE BADGE
INTELLIGENT POUR
L'ACCÈS AU SITE DE C2
CETTE ANNÉE. C'EST
AUSSI GRÂCE À EUX QUE
VOUS AVEZ PU PAYER AVEC
VOTRE BADGE.

La technologie doit avoir une utilité

Pensez au rôle que la technologie joue dans nos expériences. Dans un avenir pas si lointain :

- + l'intelligence artificielle et les interfaces seront subtiles, omniprésentes et invisibles;
- + la technologie ne sera plus nécessairement limitée aux appareils mobiles, mais elle se présentera sous forme d'accessoires vestimentaires, de reconnaissance des gestes et d'interfaces vocales.





LE BADGE INTELLIGENT ET LA PLATEFORME KLIK DE PIXMOB NOUS ONT PERMIS DE PLANIFIER NOTRE HORAIRES ET D'ÉCHANGER NOS COORDONNÉES EN UN SEUL « KLIK ». C'EST AUSSI À TRAVERS KLIK QU'ON ACCÉDAIT AUX BRANDETES FACILITÉES PAR E180. ON POUVAIT MÊME PAYER MAGIQUEMENT CERTAINS ARTICLES EN BALAYANT NOTRE BADGE, GRÂCE À LA TECHNOLOGIE RFID DE CONNECT&GO.

L'ART DE L'INTERACTION

Dans une ère où règnent les expériences guidées par la technologie, Daisuke Sakai et Takashi Kudo de teamLab exploitent la puissance de l'art en plaçant l'humain au cœur de tout.

À l'image de leurs créations interactives et évolutives, le groupe d'ultratechnologues dont ils font partie innove à force de prototypes et d'itération. Plus de 500 spécialistes dans l'équipe de teamLab réalisent des œuvres d'art numérique d'envergure, avec pour mission d'inspirer le développement d'une relation significative entre les gens et l'art, et entre les spectateurs qui partagent l'espace.

Daisuke Sakai

COFONDATEUR,
TEAMLAB

Takashi Kudo

DIRECTEUR DES COMMUNICATIONS,
TEAMLAB

Inspirés par *La Joconde*

La Joconde est l'une des œuvres préférées de Takashi, mais il se passerait bien de la foule qui s'amasse devant son sourire énigmatique.

Et si la foule faisait partie de l'œuvre ?

Flowers and People, Cannot Be Controlled but Live Together (2014)

Une projection de fleurs qui poussent, des pétales qui éclosent ou tombent quand on les touche. Au début, la centaine de personnes entassée dans la salle ne faisait que « tuer » les fleurs. Après s'être parlé, les spectateurs se sont dispersés et les fleurs ont recommencé à pousser.



[REGARDER](#)

Comment l'art peut-il non seulement amener les gens à établir un lien avec l'œuvre, mais également entre eux ?

Flutter of Butterflies Beyond Borders (2015)

Takashi explique comment il s'est effondré sur le sol après avoir installé une œuvre pendant trois jours sans dormir. Pendant qu'il somnolait, des gens le contournaient, admirant les couleurs et les formes qui entouraient son corps. « Imaginez si je tombais endormi devant *La Joconde* ! » s'exclame Takashi. « La sécurité me mettrait à la porte en moins de deux ! »



[REGARDER](#)



EN SAVOIR PLUS
teamLab parle
des frontières
poreuses
entre l'art et la
technologie.



« NOUS
PENSONS
QUE L'ART
NUMÉRIQUE A
LE POUVOIR
DE CHANGER
LE RAPPORT
DES HUMAINS
ENTRE EUX,
ET CELUI DES
HUMAINS AVEC
LE MONDE. »

— TAKASHI KUDO

Floating Flower Garden—Flowers and I Are of the Same Root, the Garden and I Are One (2015)

Des milliers de vraies orchidées emplissent une salle. À l'entrée, les fleurs se soulèvent pour permettre aux gens d'avancer et forment un dôme autour d'eux tandis qu'ils marchent. Les fleurs sont conçues pour entourer deux personnes ou plus qui se rencontrent, les rapprochant encore davantage.



Wander through the Crystal Universe (2016)

Une pièce se transforme en sculpture immersive lumineuse remplie de minuscules ampoules à DEL qui réagissent aux mouvements. Grâce à un téléphone intelligent, les gens glissent leurs propres étoiles dans cet univers.



Drawing on the Water Surface Created by the Dance of Koi and People—Infinity (2016)

Une piscine numérique interactive remplie de carpes koïs aux couleurs vives. Quand quelqu'un touche un poisson, celui-ci s'éteint et des fleurs éclosent. Chaque scène est unique, et tout le monde profite de la présence des autres.



Music Festival teamLab Jungle (2017)

Un festival de musique sans DJ, tenu à l'intérieur d'une sculpture formée de 700 points de lumière mobiles où les faisceaux deviennent des instruments que les gens « touchent » pour jouer de la musique.



Daisuke Sakai

COFONDATEUR,
TEAMLAB

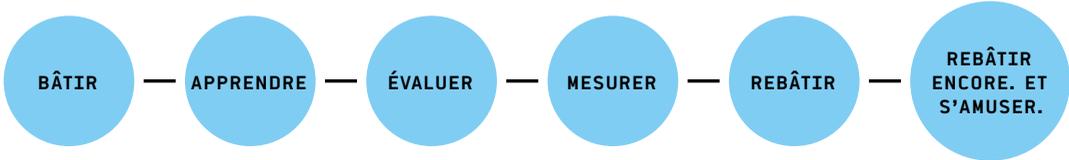
Takashi Kudo

DIRECTEUR DES COMMUNICATIONS,
TEAMLAB

Redécouvrons le plaisir d'apprendre en cocréation et en utilisant nos mains. Il est parfois plus important de créer des prototypes en équipe que d'avoir une bonne idée. Daisuke Sakai et Takashi Kudo, de teamLab, ont invité les participants à bâtir la petite voiture la plus rapide possible, avec en tête un objectif d'itération collective.



Principes de l'innovation agile



SEBASTIEN ROY



PEUT-ÊTRE AVEZ-VOUS
APERÇU QUELQUES
CONCIERGES
BIZARROÏDES ?
LUC TREMBLAY,
ROCH JUTRAS ET
SOIZICK HÉBERT, UN TRIO
DE CLOWNS, AVAIENT POUR
MISSION DE VOUS AMUSER
ET DE VOUS INSPIRER
AVEC LEURS PITRERIES
ET ACROBATIES. AVEZ-VOUS
EU DROIT AU TRAITEMENT
DU TAPIS ROUGE ?





VOUS ÊTES-VOUS
LAISSÉ GUIDER PAR
LA PROMENADE VIDÉO ?
S'INSPIRANT DU LAB
JARDIN DE 2016,
CETTE VISITE GUIDÉE
DE 25 MINUTES DES
COULISSES DE C2 EN
AUDIO, EN VIDÉO ET
EN RÉALITÉ AUGMENTÉE
ÉTAIT TOUT AUSSI
POÉTIQUE QUE LUDIQUE.





LEVY BOURBONNAIS,
LE SONORISATEUR
AMBULANT, VOUS A
PEUT-ÊTRE DEMANDÉ DE
TRANSFORMER L'AMBIANCE
SONORE DU LIEU OÙ VOUS
VOUS TROUVIEZ. AVEC
SA FANTASQUE CONSOLE
CRÉÉE PAR LE CONCEPTEUR
SONORE COLIN GAGNÉ,
L'ARTISTE A CONTRIBUÉ,
AVEC VOTRE AIDE, À CRÉER
L'ATMOSPHÈRE DES TROIS
JOURS DE LA CONFÉRENCE.





UM

↑
PLAZA

13

2017
Montréal



Dominique Anglade

MINISTRE DE L'ÉCONOMIE, DE
LA SCIENCE ET DE L'INNOVATION
ET MINISTRE RESPONSABLE
DE LA STRATÉGIE NUMÉRIQUE,
GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

D'ici 2022, le Québec s'est fixé pour objectif de figurer parmi les principaux leaders de l'Organisation de coopération de développement économique (OCDE) en matière de recherche et d'Innovation.

Pour relever ce défi, le Gouvernement du Québec a dévoilé en mai 2017 la Stratégie québécoise de la recherche et de l'innovation (SQRI) 2017-2022 pour laquelle 585 millions de dollars seront investis au cours des cinq prochaines années.

DANS LE GRAND
CHAPITEAU 360, LE
CLAVIER MÉLODIQUE,
LA BASSE GRAVE ET
LES ÉCHANTILLONNAGES
SUBTILS DU DUO DE
MUSIQUE ÉLECTRONIQUE
THE GULF STREAM ÉTAIENT
ACCOMPAGNÉS PAR LA
VOIX SOUL DE DOMI. VOUS
POUVEZ LES ENTENDRE
SUR LA [PLAYLIST C2](#).





LA PLAYLIST DE C2 MONTRÉAL 2017

Grâce à quelques génies de la scène locale et internationale, la musique était partout pour nous inspirer et donner un rythme à nos rencontres et réflexions. De la Plaza au Grand chapiteau 360, voici de quoi (re)découvrir ceux qui nous ont fait rêver, vibrer et danser.

Prestation d'ouverture dans le Grand chapiteau 360

Mæstro Kent Nagano

ET LES MUSICIENS DE L'ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL
🎵 ÉCOUTEZ L'OSM SUR [SPOTIFY](#)

Les musiciens en résidence du Grand chapiteau 360

The Gulf Stream

🎵 À ÉCOUTER SUR [BANDCAMP](#)

DoMi

🎵 À ÉCOUTER SUR [SPOTIFY](#)

Entendu sur la Plaza

YoMiu

🎵 À ÉCOUTER SUR [SOUNDCLOUD](#)

Nik Olson

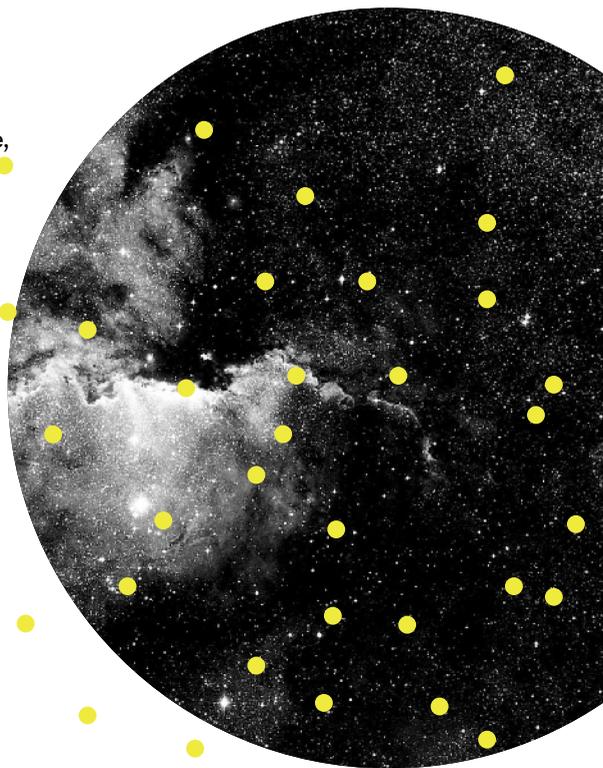
🎵 À ÉCOUTER SUR [SOUNDCLOUD](#)

Gayance

🎵 À ÉCOUTER SUR [MIXCLOUD](#)

Gabriel L.B. Malenfant DE RADIO RADIO (DJ SET)

223 🎵 ÉCOUTEZ UNE DES CHANSONS PRODUITES PAR G.L.B.M SUR [SOUNDCLOUD](#)



SOIRÉE

illumination

Les célébrations à la montréalaise sont au cœur de l'ADN de C2. La soirée Illumination de cette année ne fait pas exception, avec des festivités qui ont emballé tout le village C2.

Dans le Forum

Chromeo (DJ SET)

♪ ÉCOUTEZ LE PLUS RÉCENT ALBUM DE CHROME0, WHITE WOMEN, SUR SPOTIFY

SOFI TUKKER (DJ SET)

♪ À ÉCOUTER SUR SPOTIFY

DJ Nino Brown

♪ À ÉCOUTER SUR SOUNDCLOUD

À la belle étoile

Walla P

♪ ÉCOUTEZ UN ÉPISODE DE VOYAGE FUNKTASTIQUE

Thomas Von Party

♪ À ÉCOUTER SUR SOUNDCLOUD

Moonshine

DJ ODILE MYRTIL, GABE PRICE
ET BONBON KOJAK

Dans l'Agora

Trio Hugo Mayrand

♪ À ÉCOUTER SUR SOUNDCLOUD

Simon Denizart Trio

♪ ÉCOUTEZ POCKET WHEELS, UN EXTRAIT DE LEUR ALBUM BEAUTIFUL PEOPLE

Men I Trust

♪ À ÉCOUTER SUR BANDCAMP

Jazzamboka

♪ À ÉCOUTER SUR BANDCAMP





LE DUO ÉLECTRO-FUNK
CHROMÉO A FAIT VIBRER
LA SCÈNE PRINCIPALE
DU FORUM ET FAIT
BOUGER TOUT LE MONDE
AVEC SON SET DJ. ON
PEUT ENTENDRE LEURS
PIÈCES MUSICALES SUR
LA PLAYLIST C2.



101 546

photos prises par les 8
photographes officiels de C2

4 520

photos faisant partie de la
sélection finale et classées
dans 228 dossiers

25

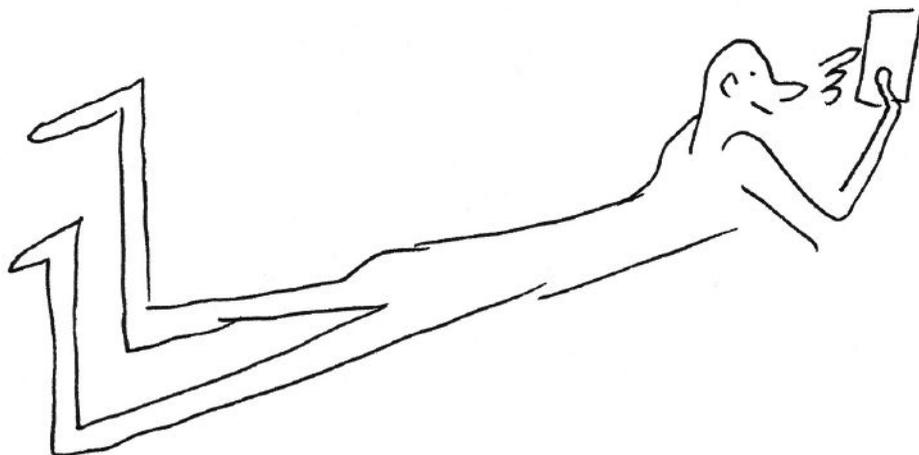
vidéastes

5

téraoctets d'enregistrement vidéo

430

millions de pixels de vidéo



66

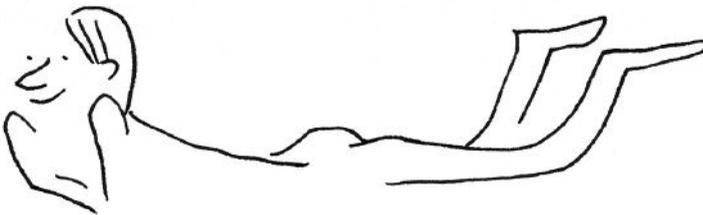
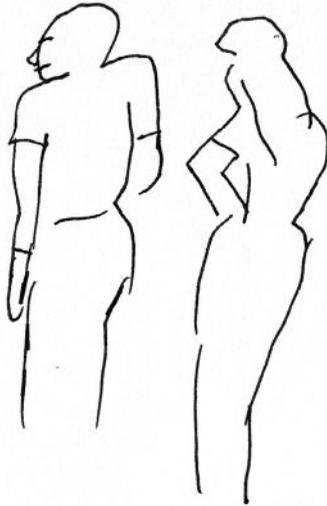
artistes

38,5

heures de musique live

13

œuvres d'art présentées
par Chromatic et 23
présentées par l'Arsenal



195

tablettes et ordinateurs portables loués

175

chargements de camion (ou plus de
camions que n'importe quel spectacle
en tournée, à l'exception de U2)

54% de la population mondiale vit en zone urbaine.

Dans les 20 prochaines années, deux milliards de personnes s'installeront dans les villes.

D'ici 2050, 66% de la population vivra en ville.

L'étalement urbain coûte environ un billion de dollars par année aux États-Unis en perte de temps, de territoire et d'énergie.

Plus de la moitié des immigrants évitent maintenant les villes, préférant s'installer en périphérie.

Les agglomérations ayant la croissance la plus rapide sont les villes de taille moyenne et celles comportant moins d'un million d'habitants, situées en Asie et en Afrique.

D'ici 2025, Oslo sera exempte d'émissions (en réprimant les voitures).

En 2015, le « mouvement mondial pour le droit des villes » a tenu sa séance inaugurale à La Haye.

VILLES





Qu'il s'agisse de villes intelligentes, de mégapoles ou de communautés reculées, ces écosystèmes à haute pression sont des organismes vivants, et ils font face à des défis de taille : de l'infrastructure au logement en passant par le transport et les inégalités socio-économiques.

De Jane Jacobs, prêchant pour la densité urbaine, à Gabriella Gómez-Mont, qui mise sur la gamification pour l'élaboration des politiques publiques collaboratives, les humains sont au cœur de toutes les solutions. Des humains qui vivent ensemble, qui doivent adopter des approches encourageant la diversité, l'inclusion, la connexion, la sécurité et la durabilité.

Les conférenciers et les idées présentées dans les prochaines pages nous aident à comprendre comment construire des villes plus intelligentes, et comment transformer maintenant notre façon de vivre pour établir le plan directeur des villes de demain.

- + Quelles sont les meilleures pratiques pour repenser et redessiner les villes en tant qu'organismes vivants ?
- + Comment concevoir des espaces publics plus utiles et inclusifs ?
- + Comment planificateurs urbains et gouvernements peuvent-ils recourir à des approches communautaires pour planifier des villes pour tous ?
- + Quelles sont les tendances mondiales qui influencent la planification et le développement urbain ?
- + Comment les technologies de connectivité transformeront-elles le transport collectif, la consommation d'énergie et l'architecture des villes ?
- + Les approches de développement durable peuvent-elles nous aider à réinventer notre façon de concevoir, construire et développer les villes ?



DANS CE CHAPITRE

CONFÉRENCES + PANELS ●

ATELIERS ●

CLASSES DE MAÎTRE ●

ET PLUS ENCORE ●

233

Construire des ponts

DENIS CODERRE (MAIRE DE MONTRÉAL)

235

La ville est un jeu

GABRIELLA GÓMEZ-MONT
(LABORATORIO PARA LA CIUDAD)

237

Le monde selon Dror

DROR BENSHETRIT (DROR)

239

Pour des villes plus intelligentes

PANEL: HAROUT CHITILIAN (VILLE DE MONTRÉAL),
AMY LIU (BROOKINGS INSTITUTION),
ASSAF BIDERMAN (SUPERPEDESTRIAN)
EN CONVERSATION AVEC
JOHN ROSSANT (NEW CITIES FOUNDATION)

241

La mobilité de demain

ERIK GRAB (MICHELIN)

243

L'intelligence artificielle au volant

NICOLAS SAUNIER
(ÉCOLE POLYTECHNIQUE DE MONTRÉAL)

244

La mobilité comme service

JÉRÉMI LAVOIE ET JOSH MOSKOWITZ (CAR2GO)
ET JEAN-FRANÇOIS TREMBLAY (EY)

245

L'IA joue dans le trafic

CLAUDE GUAY (IBM CANADA)

247

Huit avenues pour bâtir une ville entrepreneuriale

ENTREPRENEURS DE SHOPIFY, VERSION ONE,
STINGRAY, INTEL SECURITY ET FELICIS VENTURES

249

Une ville en deux temps

CHRISTIAN YACCARINI
(SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT ANGUS)

251

Une Maquette pour le monde des affaires

LAB C2



Denis Coderre

MAIRE DE MONTRÉAL
[@DENISCODERRE](#)

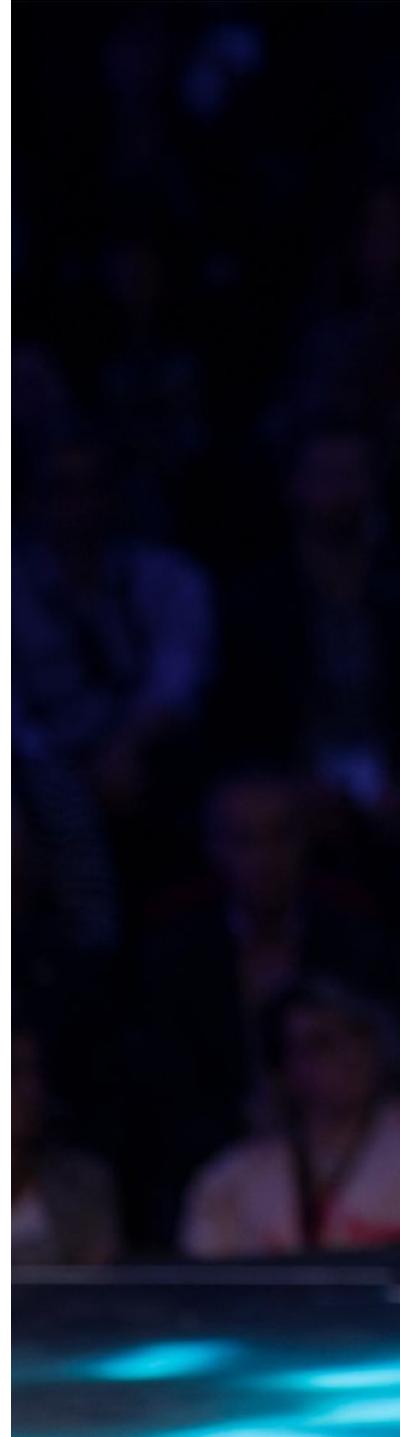
« ON NE PENSE
PLUS LE MONDE EN
TERMES DE PAYS
OU DE CONTINENTS,
MAIS EN TERMES
DE VILLES. »

Trois raisons d'aimer Montréal

[ET PAS JUSTE PARCE QUE
C'EST SON 375^e ANNIVERSAIRE] :

1. Montréal a doublé son nombre de startups depuis 2011.
2. En 2016, Montréal a été nommée « communauté intelligente de l'année » par l'Intelligent Community Forum (ICF).
3. On parle français pis anglais, ya know.

Vous l'avez manqué ? Retrouvez le selfie du maire Coderre avec le président du conseil d'administration de C2, Jean-François Bouchard





ALLEN MCEACHERN



LA VILLE EST UN JEU



Gabriella Gómez-Mont

FONDATRICE ET DIRECTRICE,
LABORATORIO PARA LA CIUDAD
[@GABRIELLA_LAB](#)

« VOYEZ CE QUI ARRIVE QUAND ON CONÇOIT DES VILLES NON SEULEMENT POUR Y FAIRE HABITER DES CORPS HUMAINS, MAIS AUSSI POUR STIMULER L'IMAGINATION. »

Comment impliquer les citoyens dans la transformation d'une ville? Selon Gabriella Gómez-Mont, il faut créer un espace où artistes, programmeurs, activistes, gens d'affaires et simples citoyens travaillent ensemble à réaliser la ville de leurs rêves.

Gabriella est fondatrice et directrice du laboratoire urbain mexicain Laboratorio para la Ciudad. Ses collaborateurs recueillent des données, réalisent des projets, produisent de l'art et élaborent des politiques publiques.

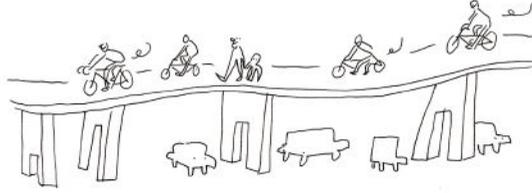
Insuffler de la créativité au gouvernement

Le laboratoire existe pour résoudre un paradoxe : « D'un côté, on demande au gouvernement d'assurer la stabilité, » dit Gabrielle. « De l'autre, on se plaint qu'il ne soit pas au courant des idées les plus excitantes de l'heure. »

Créer des politiques comme on crée un produit

Laboratorio para la Ciudad a demandé à 31 000 citoyens ce qu'ils pensaient de Mexico : leurs combats, aspirations et rêves pour leur ville. Les chercheurs ont ensuite croisé ces résultats qualitatifs avec des données quantitatives afin d'élaborer des politiques de sécurité publique.





OCCUPER LES ÉCHANGEURS

Laboratorio para la Ciudad a fermé temporairement les autoroutes surélevées pour laisser des milliers de piétons et cyclistes l'occuper. Cet investissement festif des infrastructures urbaines constitue une façon de les remettre symboliquement entre les mains des citoyens. Des politiques de sécurité publique ont suivi.

Pas d'argent pour récolter des données ? Pensez *gamification*

Le Laboratorio s'appuie sur la capacité des citoyens ordinaires d'aider à élaborer des politiques publiques, selon deux principes : la ville ouverte et les données libres. Comment faire pour que les citoyens participent ? En faisant de la collecte de données un jeu.

JOUEZ À MAPATÓN, AMÉLIOREZ VOTRE VILLE

Les 30 000 microbus de Mexico font partie d'un énorme réseau informel de transport. Ils effectuent 14 millions de trajets par jour sur plus de 1 400 itinéraires, dont aucun, jusqu'à tout récemment, n'était cartographié. Le Laboratorio para la Ciudad a remédié à la situation en élaborant un jeu.

Les citoyens étaient invités à télécharger l'application Mapatón et à compétitionner pour des prix pendant leurs déplacements tout en partageant leurs données de localisation, permettant ainsi de cartographier les itinéraires.

Mexico en chiffres

22 MILLIONS DE PERSONNES VIVENT DANS LA GRANDE RÉGION DE MEXICO

9,5 MILLIONS VIVENT DANS LA RÉGION MÉTROPOLITAINE

6 MILLIONS SE RENDENT EN VILLE POUR Y TRAVAILLER CHAQUE JOUR



À voir

« A LAB FOR THE CITY » SUR LE SITE WEB DU LABORATORIO PARA LA CIUDAD.



LE MONDE SELON DROR

Dror Benshetrit accomplit de grandes choses, mais jamais seul. Il aborde chaque projet, du plus petit au plus monumental, avec ingéniosité, curiosité et une imagination sans bornes. Il s'adjoint ensuite des compagnons créatifs provenant d'autres disciplines pour l'aider à concevoir des parcs, des villes, des îles.

La méthodologie de Dror est simple: aborder les problèmes avec son cœur, et pas seulement sa tête.



Dror Benshetrit

DESIGNER ET DIRECTEUR, DROR
@DRORBENSHETRIT

« SI VOUS VOULEZ CRÉER UN MOUVEMENT,
VOUS NE POUVEZ PAS DANSER SEUL.
IL VOUS FAUT UN COMPAGNON. »

La résolution de problème, version Dror

1. Mettez l'émotion avant la fonction

Le design, ce n'est pas seulement la création d'objets strictement fonctionnels. Il s'agit de créer un lien affectif entre les humains et les objets, et entre nous.

⚠ PARKORMAN

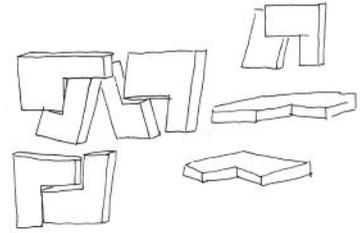
ISTANBUL A DEMANDÉ À DROR DE CONCEVOIR SON PREMIER PARC URBAIN CENTRAL. IL A RÉALISÉ QU'IL ÉTAIT NÉCESSAIRE DE RAVIVER LE LIEN ENTRE L'HOMME ET LA NATURE DANS UNE VILLE OÙ LES ARBRES SE FONT PLUS RARES QUE LES IMMEUBLES. LE RÉSULTAT ? UN PARC REMPLI D'INSTALLATIONS AMUSANTES: TRAMPOLINE, PISCINE À BALLE ET SENTIERS SINUEUX.

2. Voyez loin. Vraiment loin

Ne limitez pas votre créativité, embrassez tous les possibles. L'équipe de Dror résout les défis de conception en pensant plus loin que ses capacités internes et en s'ouvrant à toutes les possibilités créatives. La réalité peut attendre à l'étape suivante.

🗺 PLAN DIRECTEUR DE GALATAPORT

DROR A INNOVÉ SUR PLUSIEURS FRONTS EN DÉVELOPPANT LE PREMIER TERMINAL DE CROISIÈRE SOUTERRAIN AU MONDE EN BORDURE DU BOSPHORE À ISTANBUL. LA CLÉ: APPLIQUER UN PROCÉDÉ DE CONCEPTION DE PRODUIT À UN DÉFI DE PLANIFICATION URBAINE. LE RÉSULTAT: UN ACCÈS PUBLIC À UN BORD DE MER AUPARAVANT INACCESSIBLE.



3. Trouvez des partenaires qui savent ce que vous ne savez pas

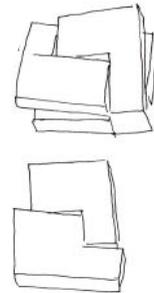
Dror collabore avec des spécialistes de renommée mondiale pour l'aider à mettre en œuvre ses projets. C'est comme ça que de grandes idées deviennent réalité.

ÎLE NURAI

POUR LA CONCEPTION D'UN QUARTIER LUXUEUX SUR UNE ÎLE À PROXIMITÉ D'ABU DHABI, DROR A TRAVAILLÉ AVEC DES DÉVELOPPEURS ET DES INGÉNIEURS AFIN DE CONCEVOIR DES MAISONS DISSIMULÉES SOUS UN TAPIS VÉGÉTAL, ASSURANT AINSI L'INTIMITÉ MALGRÉ LA PROXIMITÉ.

4. Expérimentez pour déployer tout le potentiel d'une idée

Pour l'équipe de Dror, tout projet est une occasion de recherche et développement. C'est ainsi qu'ils font évoluer leur compréhension des possibilités d'une idée.



QUADROR

CE QUI A COMMENCÉ COMME UN DESIGN EXPÉRIMENTAL POUR UNE PETITE COMMANDE EST DEVENU UNE FORME GÉOMÉTRIQUE MULTIFONCTIONNELLE AVEC DES APPLICATIONS ILLIMITÉES. LE QUADROR, CONSTITUÉ DE QUATRE MORCEAUX IDENTIQUES EN FORME DE L, PASSE DU MICRO AU MACRO, D'ŒUVRE D'ART À STRUCTURE DE SOUTIEN.

5. Recherchez un point de vue interplanétaire

Dror nous encourage à adopter une perspective cosmique. « Tous les astronautes qui ont posé le pied sur la Lune disent la même chose : « Si chaque personne sur Terre avait cette perspective, ça nous transformerait en tant que peuple. » »

● PAYSAGE LUNAIRE

POUR CÉLÉBRER LE 50E ANNIVERSAIRE DES PREMIERS PAS DE L'HOMME SUR LA LUNE, DROR CONSTRUIT UNE SURFACE LUNAIRE ÉNORME SUR LAQUELLE ON PEUT MARCHER ET D'OÙ ON PEUT APERCEVOIR LA TERRE, DE LOIN, DANS UN DÔME OBSCUR. IL CROIT QU'EN RECRÉANT CETTE PERSPECTIVE COSMIQUE, EN NOUS REGARDANT DEPUIS L'ESPACE, NOUS POURRONS PEUT-ÊTRE PARTAGER LA VISION LUNAIRE DES ASTRONAUTES.



POUR DES VILLES PLUS INTELLIGENTES

Harout Chitilian

CONSEILLER MUNICIPAL ET
VICE-PRÉSIDENT DU COMITÉ
EXÉCUTIF, VILLE DE MONTRÉAL
@HAROUT_MTL

Amy Liu

VICE-PRÉSIDENTE ET
DIRECTRICE, METROPOLITAN
POLICY PROGRAM À LA
BROOKINGS INSTITUTION
@AMY_LIUW

Assaf Biderman

FONDATEUR ET PDG,
SUPERPEDESTRIAN ET
DIRECTEUR ADJOINT,
SENSEABLE CITY LAB AU MIT

EN CONVERSATION AVEC

John Rossant

FONDATEUR ET PRÉSIDENT DU
CONSEIL D'ADMINISTRATION,
NEW CITIES FOUNDATION
@ROSSANT

Une ville intelligente est un écosystème dont l'activité technologique, économique et intellectuelle attire les entreprises de haute technologie, ainsi que les travailleurs qualifiés et leur famille. Elle se construit en intégrant la technologie à son infrastructure et à ses opérations, tout en favorisant l'émergence de communautés intelligentes.

Au cours de ce panel, nous en avons appris davantage sur les caractéristiques qui feront des environnements urbains des collectivités prospères.

Les villes intelligentes s'adaptent...

Face aux nouvelles technologies et aux bouleversements économiques, une ville intelligente déplace sa main d'œuvre dans les secteurs d'avenir. Par exemple, San Diego, ancienne ville militaire avec une énorme base navale, est en voie de devenir une plaque tournante de l'innovation.

...et aident les gens à s'adapter

En prenant en compte l'impact de la technologie sur la vie des gens et en favorisant le développement des compétences chez leurs citoyens, les villes intelligentes travaillent à amoindrir la fracture numérique. Par exemple, des villes de partout en Amérique du Nord appuient des initiatives locales pour accroître la littératie numérique.

Elles offrent aux citoyens une bonne qualité de vie

Attirer le talent dans sa ville demande d'offrir plus que des emplois. Les bons employés veulent aussi de bonnes écoles pour leurs enfants, un environnement sécuritaire et une communauté qui enrichit leur quotidien.





Elles fournissent de nouvelles options de mobilité

Avec l'émergence des voitures électriques et autonomes, une ville intelligente offre une diversité d'options de transport accessible pour permettre à un nombre croissant de résidents de se déplacer.

Elles concurrencent les mégalofoles de ce monde

Les villes innovantes de petite et de moyenne taille égalent bientôt en valeur et en productivité les pôles technologiques majeurs du monde entier. Grâce à leur taille, les villes secondaires peuvent être plus agiles et efficaces dans l'intégration des technologies à leur infrastructure. Elles sont souvent des villes universitaires attirantes pour les travailleurs éduqués de l'étranger, qui demeurent connectés à un solide réseau mondial.

Bien chez soi

DES VILLES UNIVERSITAIRES DE TAILLE MOYENNE, COMME LYON, TEL-AVIV ET MONTRÉAL TENDENT À OFFRIR UNE EXCELLENTE QUALITÉ DE VIE : LEUR POPULATION ACTIVE EST ÉDUQUÉE, MAIS ELLES SONT PLUS ABORDABLES QUE LES GRANDES MÉTROPOLIS, AVEC UN RYTHME PLUS LENT ET PLUS ADAPTÉ AUX FAMILLES.

Plateforme d'accueil

LA VILLE DE MONTRÉAL A RÉCEMMENT LANCÉ «MONTRÉAL, NOUVEAU DÉPART», UN SITE WEB QUI AIDE LES NOUVEAUX ARRIVANTS ET FUTURS MONTRÉALAIS À TROUVER LES SERVICES DONT ILS ONT BESOIN POUR S'INSTALLER.

Réservé aux piétons

EN 2019, OSLO INTERDIRA LES VOITURES À USAGE PERSONNEL AU CENTRE-VILLE. HELSINKI A AUSSI UN PLAN AMBITIEUX VISANT À RENDRE OBSOLETE LA POSSESSION D'UNE VOITURE D'ICI 2025.



Petit, c'est mieux

LES PETITES VILLES INTELLIGENTES PRÉSENTENT DE GRANDES OPPORTUNITÉS ET POSSÈDENT PLUSIEURS AVANTAGES, COMME UNE PLANIFICATION SIMPLIFIÉE ET UN TISSU SOCIAL PLUS FORT.

« LE TALENT EST UN INGRÉDIENT ESSENTIEL DU SUCCÈS ET DE LA DURABILITÉ DES ENTREPRISES. ET LES VILLES SONT EN COMPÉTITION... POUR ATTIRER LES MEILLEURS TALENTS, IL FAUT OFFRIR LA MEILLEURE QUALITÉ DE VIE. »



LA MOBILITÉ DE DEMAIN

La mobilité d'aujourd'hui est axée sur la voiture, pourtant source de congestion et de pollution. Nous devons voir au-delà de la voiture telle qu'on la connaît, affirme Erik Grab de Michelin, et trouver des solutions pour notre monde en évolution. Comment nous déplacerons-nous dans le futur? Vers quoi nous dirigeons-nous? Voici quelques idées pour l'avenir...

Erik Grab

VICE-PRÉSIDENT DE
L'ANTICIPATION STRATÉGIQUE,
DE L'INNOVATION ET DU
DÉVELOPPEMENT DURABLE,
MICHELIN

« LA MOBILITÉ EST
PLUS IMPORTANTE QUE
LES VOITURES. »

Deux perspectives sur l'industrie

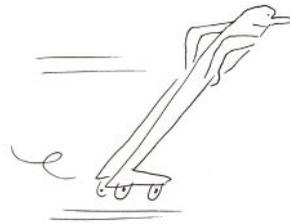
ÉVOLUTION LINÉAIRE ET GRADUELLE

Certains experts croient que l'industrie du transport changera de manière graduelle et que les systèmes de demain seront une évolution de ceux d'aujourd'hui. Ces autorités estiment que les acteurs, structures et actifs majeurs demeureront intacts le temps que les changements se produisent de façon organisée et linéaire.

UN TOUT NOUVEAU MONDE

Les iconoclastes proclament que nous sommes à l'aube d'une nouvelle ère. Bientôt, les voitures autonomes, les nouveaux investisseurs et les transformations cataclysmiques révolutionneront la mobilité et la propulseront vers des sommets inédits.





Le centre-ville décentralisé

Les grands centres urbains sont une importante cause de congestion routière. Des groupes de « petits centres-villes » décentralisés pourraient réduire la pression sur le vrai centre-ville. Il se pourrait aussi que de petites collectivités imaginent des solutions pour répondre à des besoins précis.

Sur le pont d'Avignon, on y paie, on y paie...

L'argent est un levier très efficace pour convaincre les gens de faire des choix responsables. Comment se fait-il qu'il en coûte 3 \$ pour prendre le métro, mais que traverser un pont en voiture soit gratuit ? Le financement de nos infrastructures doit encourager les saines habitudes, ce qui est loin d'être le cas à l'heure actuelle. Les frais d'utilisation du réseau routier devraient donc être augmentés.

Faites votre part

ÉTABLISSEZ VOTRE SIÈGE SOCIAL PRÈS DE VOS TRAVAILLEURS

Pensez à la mobilité de votre personnel pour réduire la pollution et la congestion.

OUI AU TÉLÉTRAVAIL

Travailler au bureau trois jours par semaine au lieu de cinq réduit les déplacements à la source.

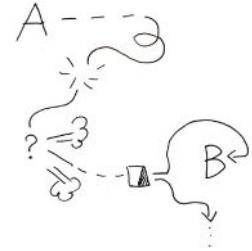
ALLEZ-Y, SKYPEZ!

Les technologies de communication peuvent nous aider à réduire les déplacements, surtout à l'étranger.



L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU VOLANT

La mobilité urbaine entraîne son lot de problèmes de santé publique et de productivité, tant à l'échelle locale qu'internationale, et représente sans contredit l'un des principaux défis de notre époque. Selon l'Organisation mondiale de la santé, chaque année, environ 1,25 million d'usagers de la route meurent d'un accident, et 15 millions sont blessés. L'intelligence artificielle pourrait-elle offrir aux citoyens une option plus pratique, plus sécuritaire et plus efficace de se déplacer du point A au point B ?



Nicolas Saunier

PROFESSEUR ASSOCIÉ EN
TRANSPORT INTELLIGENT,
POLYTECHNIQUE MONTRÉAL
[@NICOLAS_SAUNIER](#)

L'IA à la source d'une révolution de la mobilité

L'IA peut analyser en temps réel les données relatives au transport et à l'environnement, et les utiliser pour améliorer la prise de décisions en matière de gestion de la circulation, de projets de développement de transport et, à terme, de véhicules autonomes. Elle peut également :

- + Assimiler les pratiques des individus et du transport collectif en matière de déplacement;
- + Optimiser les ressources afin de réduire la pollution au moyen d'une approche multimodale.

LA MOBILITÉ COMME SERVICE

Au fur et à mesure que l'économie du partage se généralise et qu'une mobilité plus efficace et sûre se développe, les gens ressentent de moins en moins le besoin de posséder leur propre voiture. Les experts du transport sont d'avis que l'expérience utilisateur sera au cœur de notre façon de nous déplacer à l'avenir. Jérémie Lavoie voit déjà la transformation s'opérer :



1 = 11

Chaque voiture car2go sur la route remplace 11 voitures privées.

+81 millions

Depuis le lancement du service en 2008, plus de 81 millions de déplacements ont été effectués à bord de ces véhicules.

↑36 millions

Selon les prédictions de l'entreprise, d'ici 2025, 36 millions de personnes utiliseront les services d'autopartage et les avancées du côté des voitures autonomes révolutionneront complètement le rôle du conducteur.

Jérémie Lavoie

DIRECTEUR GÉNÉRAL,
CAR2GO MONTRÉAL
@CAR2GOMONTREAL

Josh Moskowitz

DIRECTEUR RÉGIONAL,
CAR2GO AMÉRIQUE DU NORD
@J_MOSKO

Jean-François Tremblay

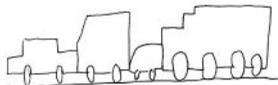
DIRECTEUR, GENERAL
AUTOMOTIVE AND
TRANSPORTATION CENTER, EY



Claude Guay

DIRECTEUR GÉNÉRAL DES SERVICES
D'AFFAIRES MONDIAUX, IBM CANADA
@CLAUDEGUAY

« L'ATTENTE N'EST PAS
QU'UN INCONVÉNIENT
PERSONNEL. C'EST
AUSSI TRÈS COÛTEUX
POUR L'ÉCONOMIE.
NOUS N'AVONS PAS
IDÉE DES MILLIARDS
QUI SONT GASPILLÉS
PENDANT QU'ON
ATTEND DANS
LE TRAFIC, SUR
L'AUTOROUTE. »





📷 ALLEN MCEACHERN



HUIT AVENUES POUR BÂTIR UNE VILLE ENTREPRENEURIALE

Entretenir la fibre entrepreneuriale d'une ville afin d'attirer les entreprises technologiques en démarrage peut prendre plusieurs générations.

Angela Tran Kingyens

DIRECTRICE PRINCIPALE,
VERSION ONE
@ATKINGYENS

Eric Boyko

COFONDATEUR ET PDG,
STINGRAY
@STINGRAY_MUSIC

Magaly Charbonneau

SPÉCIALISTE DU
DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL,
INTEL SECURITY

Wesley Chan

DIRECTEUR GÉNÉRAL,
FELICIS VENTURES
@WESCHAN

EN CONVERSATION AVEC

Harley Finkelstein

CHEF DES OPÉRATIONS,
SHOPIFY
@HARLEYF

« IL FAUT TOUT UN VILLAGE POUR BÂTIR UNE STARTUP. »

— HARLEY FINKELSTEIN

Réunis sous le Grand chapiteau 360, ces panélistes se sont attelés à comprendre ce qui rend une culture et un milieu propices au foisonnement des startups.

1. JOUEZ RISQUÉ

Les fondateurs de startups sont souvent des individus marginaux. Encouragez la prise de risques et célébrez la diversité qui permet aux startups et à des collectivités entières de se démarquer.

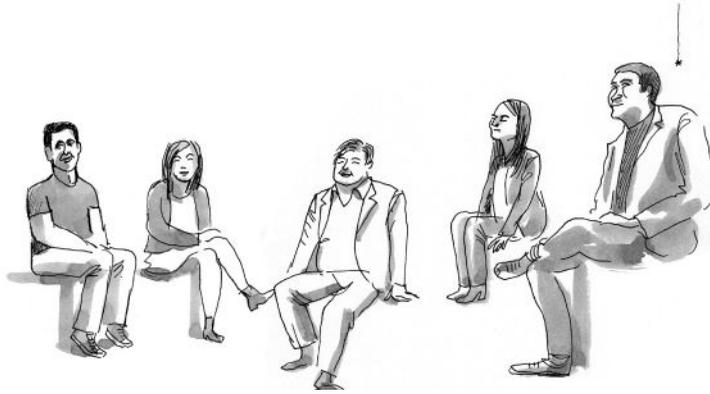
2. RENDEZ LA PAREILLE

Encouragez et investissez dans les jeunes startups. Les panélistes ont parlé de leurs débuts en affaires et de l'importance de trouver des investisseurs. Aujourd'hui, ils investissent eux-mêmes dans de nombreuses entreprises en démarrage.

3. VOYEZ GRAND

Les startups nées dans les petites villes doivent avoir la possibilité de s'attaquer au marché international. Cela peut être aussi simple que de traduire leur contenu en plusieurs langues. Ce n'est pas l'emplacement de la startup qui importe, mais plutôt sa capacité à s'adapter aux marchés locaux.





4. SOUTENEZ LES CENTRES D'INNOVATION

Les centres créatifs favorisent l'esprit communautaire et encouragent la collaboration. La Maison Notman de Montréal, un terrain fertile pour les partenariats entre startups, fondateurs et gouvernements, est un exemple d'organisation rassembleuse qui aide les entreprises à prospérer.

5. TROUVEZ PLUSIEURS SOURCES DE FINANCEMENT

Un écosystème de startups nécessite des investissements provenant de diverses sources : les entreprises privées, les gouvernements et les établissements d'enseignement.

6. RESTEZ VOUS-MÊME

Exploitez vos propres capacités. Ne tentez pas de reproduire Silicon Valley.

7. CULTIVEZ DES AMBITIONS COMMUNES

Demandez-vous quelles sont vos forces en tant que village. Comment pouvez-vous les cultiver ? C'est en mettant vos expertises à profit et en vous fixant des objectifs communs que vous pourrez aider à bâtir l'identité entrepreneuriale de votre collectivité et conclure des partenariats solides.

8. RESPECTEZ L'ENTREPRENEURIAT

Sachez reconnaître les gens et les organisations qui possèdent la fibre entrepreneuriale et aidez-les.



Prédire grâce aux données

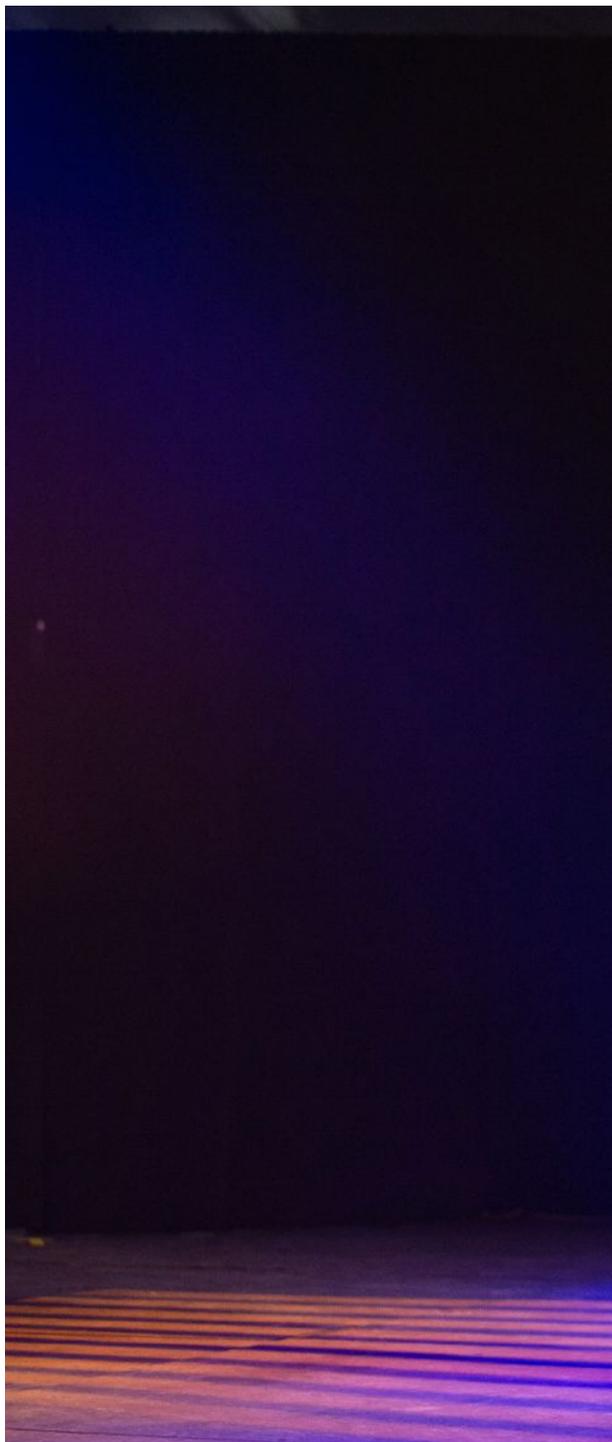
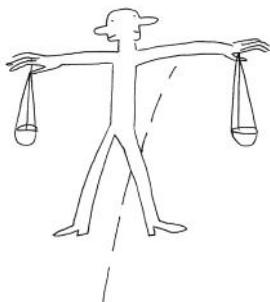
ANGELA TRAN KINGYENS A FONDÉ INSIGHT DATA SCIENCE POUR CONNECTER LES SCIENTIFIQUES DE DONNÉES ET LES DOCTORANTS. GRÂCE AU MENTORAT, CES EXPERTS ENSEIGNENT AUX FUTURS DIPLÔMÉS LES HABILITÉS DONT ILS AURONT BESOIN POUR RÉUSSIR À SILICON VALLEY. LE PROGRAMME PERMET AUSSI DE CRÉER UN BASSIN DE CANDIDATS QUE LES SCIENTIFIQUES DE DONNÉES POURRONT EMBAUCHER PLUS TARD.



« UNE VILLE EST
AUSSI RICHE QUE
SON QUARTIER LE
PLUS PAUVRE. »

Christian Yaccarini

PDG, SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT ANGUS
@YACCARINI





📷 ARIANNE BERGERON



UNE MAQUETTE POUR LE MONDE DES AFFAIRES

Comment les grands penseurs de la ville peuvent-ils nous aider à bâtir de meilleures organisations ?



Maquette

PRÉSENTÉ PAR
MEGA CONSTRUX™

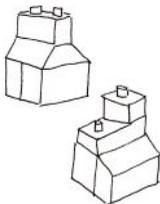


Labs C2

LES LABS C2 SONT DES EXPÉRIENCES DE BRAINSTORMING UNIQUES QUI VOUS ENCOURAGENT À PENSER DIFFÉREMMENT ET À TROUVER DE NOUVELLES SOLUTIONS À DES PROBLÈMES PRÉCIS.

Le lab **Maquette** utilise les visions de grands penseurs de la ville moderne pour nous faire réfléchir à nos propres écosystèmes. Tout en construisant la ville idéale brique par brique, les participants ont découvert de nombreux principes transférables au monde du commerce.

Nos stratégies d'affaires peuvent-elles emprunter aux approches de planification urbaine ? Quels principes de l'urbanisme pouvons-nous ramener au bureau ? Les briques peuvent-elles nous aider à penser différemment ? Découvrons de quoi aurait l'air un milieu de vie bâti à la manière de...



« UNE GRANDE MIXITÉ DE FONCTIONS HÉTÉROCLITES DANS UNE VILLE N'EST PAS SYNONYME DE CHAOS. AU CONTRAIRE, C'EST LE SIGNE D'UN ORDRE COMPLEXE ET HAUTEMENT DÉVELOPPÉ. »

Grande défenderesse de la vitalité urbaine, Jane Jacobs nous conseillerait probablement de :

DONNER DANS LE MÉLANGE

La mixité est un élément essentiel à intégrer à la planification. La cohabitation de l'ancien et du nouveau et la combinaison de cultures, âges, revenus et parcours favorisent la vitalité, au bureau comme dans la ville. À quel point votre propre organisation est-elle diversifiée ?

VIVRE ET LAISSER VIVRE

La ville est un organisme vivant en constante évolution. Tous ses éléments sont liés d'une manière ou d'une autre. Votre entreprise est-elle une entité vivante ou agit-elle plutôt comme une machine ?

PARTIR DE LA BASE

« Aucune expertise ne peut remplacer une connaissance approfondie du terrain, » a dit la militante urbaine. Y a-t-il une place pour une approche ascendante dans vos modèles de gestion d'entreprise ? Comment vous assurez-vous d'entendre et d'intégrer les perspectives de chaque membre de votre équipe ?

OSEZ LA DENSITÉ

La densité urbaine est essentielle à la vitalité des quartiers, puisqu'elle multiplie les occasions de rencontres et de collaborations. Quels sont les bénéfices potentiels d'une telle concentration dans votre entreprise ?

Jane Jacobs

ÉCRIVAINNE, MILITANTE ET
THÉORICIENNE (1916-2006)
[@JANE_JACOBS](#)



Une balade avec Jane

[REGARDEZ COMMENT JANE JACOBS A INFLUENCÉ NOTRE FAÇON DE CONSTRUIRE LES VILLES.](#)

[DÉCOUVREZ LES PRÉDICTIONS DE JANE JACOBS.](#)

[APPRENEZ COMMENT JANE JACOBS A CHANGÉ NOTRE FAÇON DE VOIR LES VILLES.](#)



Charles-Édouard Jeanneret, dit Le Corbusier

ARCHITECTE ET DESIGNER
(1887–1965)
@SITELECORBUSIER



Découvrir Le Corbusier

METTEZ LA MAIN SUR UN MORCEAU D'HISTOIRE: LA MAISON D'ENCAN ARTCURIAL A MIS AUX ENCHÈRES PLUS DE 100 APPLIQUES EN MÉTAL CONÇUES PAR LE CÉLÈBRE ARCHITECTE.

À METTRE À L'AGENDA: LE FESTIVAL LE CORBUSIER AURA LIEU PLUS TARD CETTE ANNÉE À CHANDIGARH, OÙ PLUSIEURS DE SES PLANS DE VILLES LES PLUS CONNUS SERONT EXPOSÉS.

« LÀ OÙ NAÎT L'ORDRE, NAÎT LE BIEN-ÊTRE. »

Pour concevoir un espace de travail idéal, le défenseur de la fonctionnalité et de l'urbanisme futuriste nous conseillerait probablement de :

FAIRE UN PLAN

Le Corbusier était adepte de la ligne droite et de l'ordre, qui constituaient le point de départ de chacun de ses plans urbains. À quel point la planification est-elle importante dans votre industrie ? Laissez-vous place à l'improvisation ?

CHERCHER À DÉCOUPER L'ESPACE

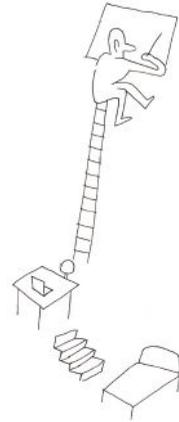
Selon Le Corbusier, les espaces doivent être séparés selon leurs fonctions. Est-ce que l'organisation bien ordonnée de l'environnement de travail est un gage d'efficacité pour votre entreprise ?

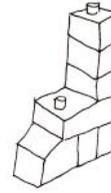
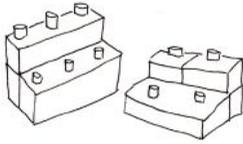
ENVISAGER LA MACHINE

« Une maison est une machine à habiter », a écrit le célèbre architecte en 1927. Comment les écosystèmes complexes peuvent-ils être optimisés par la science et la technologie ?

SE DÉFAMILIARISER

Bouleversez vos habitudes, comportements et pensées avec des idées nouvelles, étranges, radicales. Dans le monde entrepreneurial, est-il préférable de miser sur l'innovation subversive ou évolutive ?





« LE PLAISIR D'ADMIRER UN PAYSAGE SOLLICITE ET AIGUISE L'ESPRIT SANS LE FATIGUER ; CELA LE CALME ET LE REVIGORE À LA FOIS. »

Ayant établi les normes d'excellence qui continuent d'influencer l'architecture paysagiste partout dans le monde, ce défenseur de l'environnement avant l'heure nous conseillerait probablement de :

CONSERVER L'ESPRIT ORIGINAL

Utilisez pleinement les caractéristiques naturellement présentes dans votre espace pour respecter son génie intrinsèque propre. Rester fidèle au caractère original confère une certaine puissance. Comment célébrer et valoriser les spécificités de votre entreprise ?

FAIRE PLACE À LA CONTEMPLATION

Le paysage, l'art et la verdure peuvent aider à répondre aux besoins humains fondamentaux. La démocratisation de l'accès à des espaces verts a été essentielle pour cet urbaniste. Comment favoriser des endroits et des moments de détente pour tous dans les milieux de travail ?

INTÉGRER UN RÉSEAU PLUS VERT

Pour contenir l'étalement urbain, Olmsted misait sur la mise en place de ceintures vertes, de parcs et de corridors écologiques. Avez-vous déjà songé à positionner votre entreprise dans l'économie circulaire, ou dans des réseaux de développement durable ?

AVOIR UNE VUE D'ENSEMBLE

Olmsted évitait de suivre la mode, favorisant plutôt la création de différentes perspectives en misant sur une composition picturale faite par couches successives de textures et de teintes naturelles. Quelle influence a l'aménagement de votre espace de travail sur le bonheur et le rendement de vos employés ?

Frederick Law Olmsted

ARCHITECTE PAYSAGISTE,
JOURNALISTE ET CRITIQUE
SOCIAL (1822-1903)
[@CENTRALPARKNYC](#)

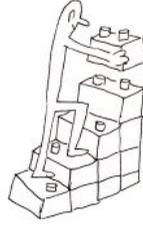


Prenez une pause Olmsted

PLONGEZ DANS SA
VISION DES ESPACES
PUBLICS EN LISANT
L'ARTICLE "[WHEN PARKS
WERE RADICAL](#)".

SAVIEZ-VOUS QUE LA
VILLE DE MONTRÉAL A
DÉJÀ FAIT APPEL AUX
SERVICES D'OLMSTED ?
APPRENEZ-EN D'AVANTAGE
SUR [LE MONT ROYAL
ET SON HISTOIRE](#).





Ebenzer Howard

PHILANTHROPE, IDÉALISTE ET
FONDATEUR DU MOUVEMENT DES
CITÉS-JARDINS (1850-1928)
[@GARDEN_CITIES](#)



Faites plaisir à votre esprit

DÉCOUVREZ LES
TROIS ÉLÉMENTS POUR
UN AMÉNAGEMENT RÉUSSI
SELON EBENEZER.

JETEZ UN ŒIL À SES
CARTES DÉLIRANTES
DE VILLES UTOPIQUES,
QUI ONT INFLUENCÉ
LES PLANIFICATEURS
URBAINS PENDANT
PLUS D'UN SIÈCLE.

« LA VILLE ET LA CAMPAGNE DOIVENT
SE MARIER, ET DE CETTE HEUREUSE
UNION NAÎTRONT UNE NOUVELLE VIE,
UNE NOUVELLE CIVILISATION. »

Puisque selon lui, la cité idéale devrait combiner les meilleurs aspects de la ville et de la campagne, Ebenzer nous conseillerait probablement, pour bâtir notre entreprise, de :

STIMULER LES RENCONTRES

C'est la seule et unique façon de fonctionner dans notre univers hyper connecté. Avez-vous évalué l'importance de votre réseau sur votre entreprise récemment ? Savez-vous vers qui vous tourner pour établir de nouvelles connexions ?

ÊTRE AUTONOME ET COMPLÉMENTAIRE

Trouvez l'équilibre entre les pratiques individuelles et collaboratives. À quelle échelle et pour quels aspects du travail est-il mieux d'agir seul ou en groupe ?

CONCENTRER LES ACTIVITÉS

La densité encourage l'activation et l'animation des lieux publics. Comment la concentration est-elle bénéfique à votre entreprise ?

PENSER EN TERMES DE PROXIMITÉ ET DE POTENTIEL COMMERCIAL

La qualité de ce que vous bâtissez influencera votre potentiel commercial. Jusqu'où est-il bon de se rapprocher ? Est-ce que la proximité spatiale avec les membres de votre réseau offre des avantages commerciaux ?



POUR REFAIRE LE PLEIN D'ÉNERGIE TOUT EN PASSANT UN MOMENT PRIVILÉGIÉ SUR L'EAU, QUOI DE MIEUX QU'UNE BALADE DANS UN DES PETITS NAVIRES ÉLECTRIQUES (ET SILENCIEUX !). PENDANT LES TROIS JOURS DE C2, LES PARTICIPANTS ONT FAIT 70 TOURS DE BATEAU, ET PROFITÉ DE LA REVITALISATION DU CANAL DE LACHINE PAR PARCS CANADA.





NOUS AVONS CONSTRUIT
UNE TERRASSE. ET PAS
N'IMPORTE LAQUELLE :
UNE ÉNORME TERRASSE
FLOTTANTE. AVEC UN QUAI
D'AMARRAGE. LE PORT ET
LIEU DE RASSEMBLEMENT
DE 25 000 PIEDS CARRÉS,
QUI PEUT SUPPORTER
1 000 TONNES, EST VITE
DEvenu L'ENDROIT IDÉAL
POUR MANGER, BOIRE,
FAIRE UNE BRAINDATE
ET DANSER DURANT LA
SOIRÉE ILLUMINATION.









2 500 000

watts de puissance électrique (autant qu'un centre commercial de bonne taille)

1,2 km

de câblage souterrain

5 km

de câbles réseau

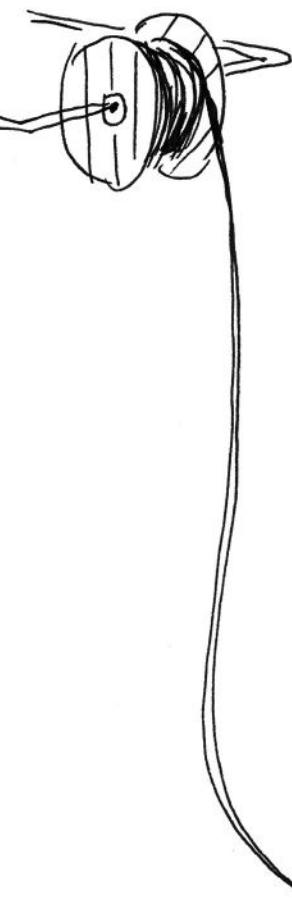


25 tonnes

de matériel technique suspendu aux plafonds

480 000

pieds carrés de terrain de jeu (intérieur et extérieur)



35 000

pièdes carrés de revêtement de sol en bois

25 000

pièdes carrés de quai flottant (pouvant supporter 1 000 tonnes)

640

heures de dessins techniques

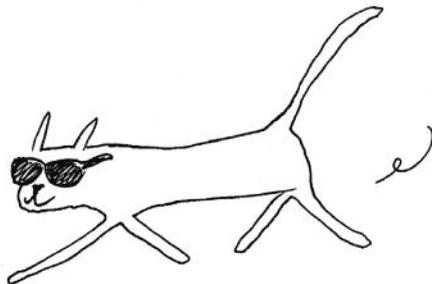


1

moufette

1

famille de marmottes (pas prévue dans les plans)



1

chat noir

Près des trois quarts des adultes dans le monde (71%) gagnent moins de 10 000 \$, ou seulement 3% de la richesse globale.

78% des millionnaires du monde entier vivent en Europe ou en Amérique du Nord.

Si la dégradation des couches supérieures du sol se poursuit, il ne reste que 60 ans d'agriculture dans le monde, selon Scientific American.

D'ici 2050, National Geographic prédit que la Terre devra doubler la quantité de ses récoltes pour nourrir deux milliards de personne de plus, soit une augmentation de la population estimée à 35%.

Le marché mondial du *blockchain* vaudra 20 milliards de dollars à la fin de 2024, estime une étude Transparency Market Research. (Il valait 315,9 millions en 2015)

Tech in Asia rapporte que la majorité des banques, soit 69%, expérimente déjà avec la technologie *blockchain*. Près de 50% auront probablement adopté la technologie de grand livre ouvert d'ici 2020.



GRANDES AVANCÉES

22 millions de personnes sur Terre sont des réfugiés, et la moitié d'entre elles ont moins de 18 ans. Les Nations Unies estiment qu'il y a plus de 300 000 enfants réfugiés non accompagnés dans le monde.

Selon Amnistie Internationale, le Canada compte environ 4 réfugiés sur 1 000 personnes, comparativement à plus de 20 réfugiés sur 1 000 personnes en Jordanie, au Tchad, en Turquie et au Sud-Soudan. Au Liban, c'est 208 sur 1 000.

800 doctorants en intelligence artificielle et apprentissage des machines prévoient graduer dans les prochaines années.

SpaceX a l'intention d'envoyer des touristes sur la lune aussi tôt qu'en 2018, et sur Mars avant 2022.



Quand l'Union soviétique a lancé Sputnik, le président Kennedy a annoncé que les États-Unis feraient leur premier alunissage en moins d'une décennie. Comment ? Personne n'en avait encore la moindre idée, mais là n'était pas la question.

Cet « objectif Lune » a mobilisé des écosystèmes entiers : une foule d'acteurs se sont lancés dans l'aventure, de l'entreprise privée aux centres universitaires en passant par les gouvernements, les institutions et les particuliers. Les efforts colossaux exigés par cette initiative *a priori* inatteignable ont généré une multitude d'innovations technologiques dont nous bénéficions encore aujourd'hui.

Quels seront les prochains grands pas pour l'humanité ? Durant les trois jours de C2 Montréal 2017, nous avons identifié cinq grandes avancées potentielles. Voici les défis qui requièrent des solutions novatrices et la mobilisation d'écosystèmes complets :

- + Sauver notre planète
- + Explorer d'autres planètes
- + Résoudre la crise des réfugiés
- + Réduire les inégalités
- + L'évolution de notre relation avec les machines



DANS CE CHAPITRE

CONFÉRENCES + PANELS ●

ATELIERS ●

CLASSES DE MAÎTRE ●

ET PLUS ENCORE ●

269

Innover à grande échelle
DEAN KAMEN (DEKA & FIRST)

SAUVER LA PLANÈTE

271

Nous sommes les étoiles
MICHELLE THALLER (NASA)

273

Un manuel d'instructions
pour notre planète
JOANNA PEÑA-BICKLEY
ET PROF. DAVA NEWMAN (THINXMACHINE)

275

Le design au-delà du plastique
KARIM RASHID (KARIM RASHID STUDIO)

277

C2 sans CO₂

DÉCOUVRIR D'AUTRES PLANÈTES

281

L'avenir selon la science-fiction
KYLE NEL (LOWE'S INNOVATION LABS)

283

Ravitaillement intergalactique
BOB RICHARDS (MOON EXPRESS)

285

Objectif lune
XPRIZE

287

Le Ciel est à vous
LAB C2

RÉSOLURE LA CRISE DES RÉFUGIÉS

291

Généreux en affaires
FRANK GIUSTRA

293

Jouer pour s'intégrer: des
solutions pour les réfugiés

295

De l'idée à l'impact

RÉDUIRE LES INÉGALITÉS

301

Le crédit à ceux qui le méritent
PROF. MUHAMMAD YUNUS

303

Investir pour décupler son impact
PAUL ALLARD (IMPAK FINANCE)

305

Une chaîne de confiance
BRIAN BEHLENDORF

307

Petites motivations,
grandes avancées
KELLY PETERS ET NATHANIEL BARR
(BEWORKS)

TRANSFORMER NOS RELATIONS AVEC LES MACHINES

311

Robots, mode d'emploi
IAN BERNSTEIN (SPHERO)

313

L'IA, qu'est-ce que c'est
finalement?

315

Brève histoire de l'informatique
NAVEEN D. RAO (INTEL)

317

La révolution sera volontaire
JF GAGNÉ ET PROF. YOSHUA BENGIO
(ELEMENT AI)

319

Programmer la moralité
BLAISE AGÜERA Y ARCAS (GOOGLE)

321

L'heure est à la réglementation
SPÉCIALISTE DES POLITIQUES
PUBLIQUES ET ANCIENNE
CONSEILLÈRE AUX POLITIQUES
EN IA D'OBAMA

323

L'IA pour libérer notre créativité
UN DESIGNER ET DES LEADERS
D'IVADO ET DU GOOGLE BRAIN GROUP

325

L'IA pourrait-elle rendre les soins
de santé plus humains?
DR JONATHAN KANEVSKY
(UNIVERSITÉ MCGILL)

327

Nouvelles ordonnances de l'IA
NATHALIE LE PROHON (IBM CANADA)

329

Bien penser votre projet d'IA
JF GAGNÉ (ELEMENT AI)

333

Et puis après?
BRAD KEYWELL (UPTAKE)

L'AVENIR DU FUTUR

339

Favoriser la
croissance dans un
monde numérique
EY



INNOVER À GRANDE ÉCHELLE

L'ingénieur et homme d'affaires Dean Kamen est l'un des grands inventeurs de notre époque. Non seulement a-t-il développé des technologies médicales révolutionnaires et des systèmes de purification de l'eau abordables, il a aussi, dans ses temps libres, inventé le légendaire Segway. Mais ce qui rend cet homme si extraordinaire, c'est sa capacité à s'inspirer de la recherche de pointe pour créer des produits commercialisables et adaptables.

Il a profité de son passage à C2 pour parler de deux ambitieux projets. L'un révolutionnera la greffe d'organes humains ; l'autre façonnera une nouvelle génération de jeunes innovateurs.



Dean Kamen

PRÉSIDENT, DEKA
ET FONDATEUR, FIRST



ARMI en chiffres

400 000 PERSONNES
ATTENDENT UNE
GREFFE D'ORGANE AUX
ÉTATS-UNIS

300 MILLIONS \$
INVESTIS SOUS
FORME DE PARTENARIAT
PUBLIC-PRIVÉ

40+ ENTREPRISES
PRIVÉES Y PARTICIPENT,
DONT AUTODESK ET
LONZA BIOLOGICS

40+ INSTITUTIONS DE
RECHERCHE ACADÉMIQUE
CONNECTÉES

500 INGÉNIEURS
PERMANENTS

300% PLUS DE
DEMANDES D'ADHÉSION
AUX PROGRAMMES
DE BIOTECHNOLOGIE
D'UNH MANCHESTER

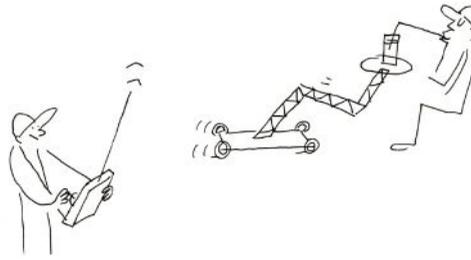


Fabriquer des organes, beaucoup d'organes

En 2016, le département de la défense américain a demandé à DEKA, une entreprise appartenant à Dean, de l'aider à surmonter un défi : produire des cellules et des organes humains à grande échelle. En effet, même si les scientifiques sont capables de faire pousser une oreille humaine sur le dos d'une souris depuis 1997, le processus n'avait toujours pas été systématisé.

« Je ne peux pas vous dire à quoi cela ressemblera, dit Dean, mais je leur ai promis deux programmes pour fabriquer de la peau et des os d'ici quelques années. D'ici cinq ans, ils auront des organes approuvés par la FDA qui pourront être acheminés aux gens qui en ont besoin, y compris des poumons, des foies et des reins. J'ai la ferme conviction que nous y parviendrons. »

Dean a lancé le Advanced Regenerative Manufacturing Institute (ARMI) cherchant du même coup à mobiliser tout l'écosystème technologique et biomédical. À Manchester, au New Hampshire, il a converti l'un des plus grands complexes industriels des États-Unis en siège social d'ARMI. On y trouve aujourd'hui de nombreux laboratoires, scientifiques et collaborateurs, et le complexe est en voie de devenir un centre mondial de fabrication d'organes.

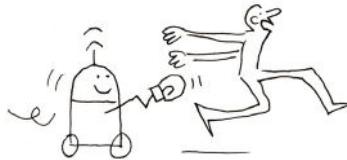


« IL SUFFIRAIT D'INSPIRER TOUTE UNE GÉNÉRATION D'ENFANTS, AVEC LES BONS OUTILS ET LES BONNES TECHNOLOGIES, POUR GUÉRIR TOUS LES MAUX DE LA PLANÈTE. »

Les enfants d'abord, les robots ensuite

Dean voit la technologie comme le moteur derrière les économies et les écosystèmes, mais aussi comme une force de dialogue et de changements sociaux. En 1989, Dean a fondé l'organisme à but non lucratif FIRST (For Inspiration and Recognition of Science and Technology) qui, avec la participation de 23 partenaires, a su éveiller la passion de la science, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques chez des élèves du secondaire.

FIRST organise aussi un concours annuel de robotique qui rallie les différentes cultures et encourage les jeunes issus de tous les milieux à s'intéresser à la science et aux défis et occasions qu'elle offre.



À REGARDER

FIRST Global incite les enfants à inventer. Regardez la vidéo « [This is not a robot.](#) »



FIRST Global en chiffres

51 000 ÉCOLES

83 PAYS

140 000 MENTORS
BÉNÉVOLES

1 300 ÉQUIPES
CANADIENNES

1 MILLION+ D'ENFANTS

33% DE JEUNES FEMMES
EN VOIE D'OBTENIR
UN DIPLÔME EN
INGÉNIERIE

91% DES PARTICIPANTS
DE FIRST SE DISENT
PLUS ENCLINS À
POURSUIVRE DES
ÉTUDES SUPÉRIEURES



NOUS SOMMES LES ÉTOILES

Qui de mieux qu'une astrophysicienne pour mettre l'univers en perspective ?

De par son rôle à la NASA, Michelle Thaller sait ce qu'il en prend pour décrocher la lune. Sa conférence intergalactique nous a rappelé que nous étions bien peu dans le vaste univers, tout en portant un message d'espoir pour notre planète (dans la mesure où nous arrivons à concerter nos efforts).



Michelle Thaller

DIRECTRICE ADJOINTE
DES COMMUNICATIONS
SCIENTIFIQUES, [NASA](#)
[@MLTHALLER](#)

« RIEN NE VOUS SÉPARE DES ÉTOILES. QUE FEREZ-VOUS DU BREF MOMENT OÙ L'UNIVERS REGARDE À TRAVERS VOS YEUX ? »

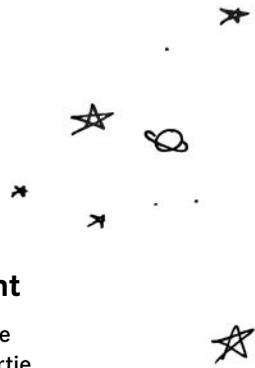
Accrochez-vous

Nous nous déplaçons actuellement à environ 800 000 km/h autour du centre de notre galaxie, la Voie lactée, laquelle prend près de 250 millions d'années pour effectuer une rotation complète. La planète Terre, depuis le premier jour de son existence, a fait ce périple quelque 20 fois.

Attention aux systèmes binaires

Les arts visuels, le théâtre et la danse ont toujours intéressé Michelle. Les gens lui disaient qu'elle n'avait pas la personnalité d'une scientifique. « On m'a dit que ce n'était pas comme ça qu'on faisait de la science, qu'il n'y avait pas de place pour les émotions, seulement pour la logique. C'est faux, mais c'est l'idée qu'on se fait généralement de la science, dit-elle. Il y a tant de façons d'interpréter la réalité. » En d'autres mots, les scientifiques nous donnent les faits, et c'est à nous de les interpréter. « C'est une belle et heureuse idée d'ajouter de la mythologie, de la philosophie et de la religion à cette réalité scientifique », ajoute-t-elle.





Des étoiles dans les yeux – littéralement

Lorsqu'elles meurent, les étoiles éjectent une multitude d'éléments dans la galaxie, et la Terre en reçoit une partie. Ces atomes, qui ont parcouru des centaines de milliers d'années-lumière jusqu'à nous, composent tout ce que nous sommes.

« Si vous voulez savoir à quoi ressemblent des millions d'années et des billions de kilomètres, il suffit de vous regarder dans le miroir, dit-elle. Ou encore mieux, tournez-vous vers la personne qui se tient à côté de vous ».

Un caillou dans l'espace

Les pays, les religions, les partis politiques et autres divisions inventées par les humains ne peuvent être vues de l'espace. Pour régler le problème du réchauffement climatique, la crise des réfugiés ou tout autre défi auquel sera confrontée l'humanité, nous devons travailler main dans la main en traitant la Terre comme un tout harmonieux, telle qu'on la voit de l'espace.



Pourquoi pas

MICHELLE THALLER
SE PASSIONNE
POUR LES DANSES
ÉLISABÉTHAINES.
VOYEZ-LA DANSER
AVEC LES ÉTOILES
DANS L'ÉMISSION
THE SECRET LIFE
OF SCIENTISTS &
ENGINEERS.



UN MANUEL D'INSTRUCTIONS POUR NOTRE PLANÈTE

En orbite dans l'espace, un peu plus d'une vingtaine de satellites observent la Terre sans arrêt. Tous les jours, ils nous envoient quelque 2,5 gigabits de données. Si l'on mettait tout ça sur des CD-ROM, la pile se rendrait de la scène du Cabaret jusqu'à la lune et reviendrait sur terre. Mais les mégadonnées, prises isolément, ne disent pas grand chose. C'est là que le design intervient.



Joanna Peña-Bickley

DIRECTRICE INTERNATIONALE
DE L'EXPÉRIENCE, [THINXMACHINE](#)
[@JOJOBICKLEY](#)

Prof. Dava Newman

SCIENTIFIQUE EN CHEF,
[THINXMACHINE](#)
[@DAVAEXPLORER](#)

« NE VOUS MÉPRENEZ PAS. LA TERRE N'A PAS BESOIN DE NOUS. C'EST L'HUMANITÉ QUI A BESOIN DE LA TERRE. »

— JOANNA PEÑA-BICKLEY

Joanna Peña-Bickley, professeure Dava Newman et l'équipe d'« inépuisables révolutionnaires » de thinxmachine contribuent à créer un manuel en ligne et collaboratif d'instructions pour la « navette Terre ».

Les deux professionnelles rassemblent toutes les données et les simplifient, de manière à ce que quiconque disposant d'un téléphone intelligent puisse comprendre et interpréter les données émises par la Terre. Voilà comment on donne aux individus, aux entreprises et aux législateurs le pouvoir de poser tous les jours des actions positives qui amélioreront la santé de notre planète.



Allô la Terre, me recevez-vous ?

SI VOUS AVEZ ENVIE DE DISCUTER AVEC LA PLANÈTE, TOUT CE DONT VOUS AVEZ BESOIN EST UN TÉLÉPHONE INTELLIGENT ET L'AGENT CONVERSATIONNEL [EARTHTHINX](#).



POUR EN APPRENDRE PLUS



Lisez le [texte de Joanna](#) sur la façon dont IBM utilise l'intelligence artificielle pour améliorer l'expérience de millions de conducteurs.



MOON DANIEL IREGUI, MONTRÉAL (2016)
PRÉSENTÉ PAR CHROMATIC

📷 JIMMY HAMELIN



LE DESIGN AU-DELÀ DU PLASTIQUE

Chaque jour, nous interagissons avec plus de 600 objets issus de la conception et du design. Chacun d'eux influence nos expériences quotidiennes et notre bien-être. Sur une période de 35 ans, Karim Rashid a créé des milliers d'objets, de produits, d'espaces intérieurs et de bâtiments à petite et grande échelle, souvent avec comme objectif de réduire l'empreinte écologique du design sur l'avenir. Aujourd'hui, il se trouve à un point critique: il réalise que les industries ne peuvent pas continuer à générer un excès de produits physiques qui laissent derrière eux tant de dommages. Il est temps, dit-il, d'accueillir et d'accepter l'ère éphémère du numérique.



Karim Rashid

DESIGNER INDUSTRIEL ET
DIRECTEUR, KARIM RASHID STUDIO
@KARIM_DESIGN

« L'ÈRE DU NUMÉRIQUE
EST VENUE POUR
SAUVER LA PLANÈTE. »

Repenser ce que l'on crée

La machine industrielle ne s'arrêtera pas du jour au lendemain. Le changement doit se faire de l'intérieur. En tant que designer, Karim cherche à rehausser les expériences humaines tout en se demandant: « Qu'est-ce que je pourrais faire pour améliorer la production de ces biens ? » La contribution de l'objet doit être plus grande que ce qui existe déjà, sans quoi cet objet n'a pas sa raison d'être.

Créer une transition dans les matériaux

Il y a vingt ans, Karim a demandé à une entreprise de plastiques d'utiliser du polypropylène plutôt que la matière toxique qui faisait la norme à l'époque (le polypropylène se transforme en vapeur et en eau lorsqu'il brûle et est recyclable à l'infini). L'entreprise a fait la transition en trois ans. Aujourd'hui, lorsqu'il conçoit des produits à base de polymères, Karim essaie d'utiliser des bioplastiques.

« SI NOUS AVONS BESOIN DE MATÉRIEL, COMME UNE CHAISE SUR LAQUELLE NOUS ASSEOIR, FAISONS EN SORTE QUE CET OBJET SOIT BIEN PENSÉ, PROGRESSISTE, TECHNOLOGIQUE, DURABLE ET QU'IL CONTRIBUE À CRÉER UNE EXPÉRIENCE. »

Choisir l'intangible

Versé dans les sujets comme l'hyperproduction et l'hyperconsommation, Karim met tout en œuvre pour encourager les gens à privilégier l'immatériel, sans pour autant tout sacrifier. Pour commencer à réduire notre consommation, il croit que nous devons prendre conscience que nous pouvons consommer l'immatériel et en retirer de meilleures expériences. « Chaque jour, le matériel devient un peu plus banal. »

Créer pour la vie

Nous vivons dans une époque créative, riche en information. Nous pouvons tous être des créateurs—de musique, d'œuvres d'art, d'outils, d'entreprises. Si nous nous assurons de bien comprendre le moment présent, Karim croit que nous avons le pouvoir d'apporter quelque chose de significatif au monde dans lequel nous vivons. « Nous sommes sur cette Terre pour créer. Je crée, donc j'existe. »



Qu'est-ce qu'un bioplastique ?

UN BIOPLASTIQUE DÉSIGNE UN POLYMÈRE INDUSTRIEL DÉRIVÉ DE RESSOURCES RAPIDEMENT RENOUVELABLES COMME LE SUCRE ET LE MAÏS. IL SE TRANSFORME EN ÉTHANOL ET EN POLYÉTHYLÈNE EN TROIS ÉTAPES, ALORS QUE LE PÉTROLE NÉCESSITE SEPT ÉTAPES.

Pourquoi continuer à utiliser le plastique ?

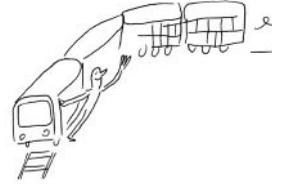
PARCE QUE 70% DE NOTRE MONDE FONCTIONNE GRÂCE AUX POLYMÈRES, Y COMPRIS PRESQUE TOUT CE QUE L'ON RETROUVE DANS LES HÔPITAUX. IL EST PROFONDÉMENT ANCRÉ DANS NOTRE CULTURE CONTEMPORAINE.



C2 SANS CO₂

L'an dernier, lorsque nous avons commencé à collaborer avec le Conseil québécois des événements écoresponsables et Équiterre, nous avons déclaré notre intention de voir la vie en vert. Nous avons alors effectué une évaluation de notre écoresponsabilité et analysé notre profil énergétique. Cela nous a valu une norme d'événement écoresponsable de niveau 2.

Cette année, toujours avec ces mêmes partenaires, nous avons obtenu la norme BNO de niveau 3! Voici comment nous y sommes parvenus, tout en continuant à viser l'obtention du niveau le plus élevé à temps pour C2 Montréal 2020.



Un événement 100 % carboneutre

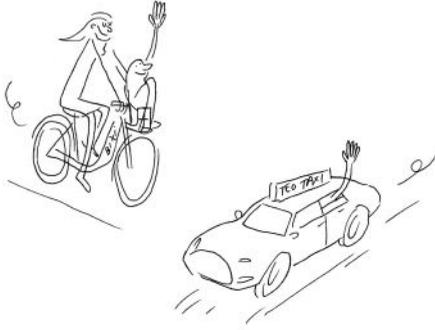
Cette année, pour une seconde édition consécutive, C2 Montréal a été un événement carboneutre. Nous en sommes très fiers, considérant que nous avons accueilli 6 500 participants et conférenciers venant de plus de 50 pays. Pour compenser la totalité des émissions de gaz à effet de serre, nous avons calculé l'empreinte carbonique liée au transport terrestre et aérien, puis acheté des crédits-carbone *Gold Standard* par le biais de l'organisme Planetair.



Invités en or, transport vert

Nous n'aurions jamais pu y arriver sans vous. Lors de l'achat de billets pour l'événement de cette année, beaucoup d'entre vous ont choisi l'option « Compensez vos émissions de gaz à effet de serre ». Pour seulement quelques dollars de plus, vous avez réduit votre empreinte écologique. Merci!

Nous avons aussi apprécié que vous choisissiez le métro, la navette, Bixi, car2go et Téo Taxi pour vous déplacer vers et depuis l'Arsenal. Même les bateaux qui offraient des balades sur le canal de Lachine fonctionnaient à l'énergie électrique.



NIVEAU 3



Percées éco-alimentaires

Une fois de plus, nos stations alimentaires proposaient uniquement de la vaisselle compostable ou réutilisable. Grâce à l'aide du Consortium Écho-Logique, les restes de nourriture étaient triés pour le compostage et dans les coulisses, des surplus de nourriture étaient donnés à La Tablee des Chefs, un organisme montréalais qui nourrit les gens dans le besoin et enseigne aux jeunes à cuisiner.



Un menu à faible impact

Non seulement nos partenaires gastronomiques nous ont-ils préparé de délicieux mets santé, mais ils l'ont fait en priorisant autant que possible les produits locaux. Tous nos fournisseurs alimentaires offraient également une multitude d'options végétariennes et biologiques.



À bas la bouteille

Ce n'est pas nouveau, mais ça demeure important : nous avons éliminé la vente de bouteilles d'eau jetables, encourageant plutôt nos participants à apporter ou acheter leur propre bouteille réutilisable, qu'ils pouvaient remplir grâce à tabl'eau, notre fournisseur d'eau filtrée, régulière ou pétillante.

STATION DE TR





SORTING STATION

📷 JIMMY HAMELIN

L'AVENIR SELON LA SCIENCE-FICTION



Kyle Nel

DIRECTEUR EXÉCUTIF,
LOWE'S INNOVATION LABS
[@KYLE_NEL](#)

« LES THÉORIES RÉVOLUTIONNAIRES SONT PLUS FACILEMENT COMPRIS LORSQU'ON LES EXPLIQUE AVEC UNE HISTOIRE. C'EST HUMAIN. »

Saviez-vous que le premier objet fabriqué dans l'espace est sorti d'une imprimante 3D Lowe's? En effet, Lowe's aide les astronautes à faire eux-mêmes leurs outils pendant leur séjour dans l'espace.

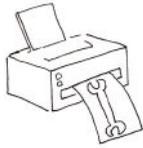
L'idée est née dans les Lowe's Innovation Labs, où des experts en sciences neurologiques collaborent avec des auteurs de science-fiction pour imaginer et développer les prochaines innovations de la chaîne de rénovation résidentielle nord-américaine.

Kyle Nel est à la tête de ce think tank, où il anticipe des technologies futuristes et les intègre à sa marque.

Embaucher des auteurs de science-fiction

Après d'innombrables heures de recherche et de tests, Lowe's Innovation Labs remet toutes ses données à des auteurs, qui les transforment ensuite en bandes dessinées. Celles-ci servent alors de documents stratégiques pour les dirigeants de la compagnie. Vous avez bien lu.



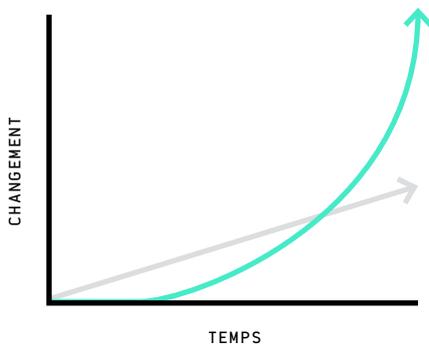


Tout le monde aime les bonnes histoires, même la PDG

Les histoires sont efficaces : lorsqu'ils lisent une bande dessinée, les dirigeants mettent de côté leur incrédulité et sont en mesure de mieux imaginer les occasions que représentent les technologies émergentes. « La bédé a été notre première innovation », raconte Kyle.

La pensée linéaire ne peut que mener à l'échec

Souvenez-vous qu'il ne s'agit pas nécessairement de travailler fort, mais de travailler différemment.



La courbe changement/temps de Kyle

La ligne grise représente un rythme de changement linéaire, tandis que la ligne verte représente un rythme de changement exponentiel, qui démarre lentement et accélère avec le temps.



Rêves devenus réalité

Voici quelques-unes des réalisations de Lowe's Innovation Labs :

HOLOROOM, UNE EXPÉRIENCE DE RÉALITÉ AUGMENTÉE OÙ LES VISITEURS S'EXERCENT À DES ACTIVITÉS DE RÉNOVATION EN RÉALITÉ VIRTUELLE.

LOWEBOT, UN ROBOT AUTONOME QUI ORIENTE LES CLIENTS VERS LES BONS PRODUITS ET FAIT L'INVENTAIRE DES MARCHANDISES EN TEMPS RÉEL. BIENVENUE DANS LE FUTUR.



Bob Richards

FONDATEUR ET PDG, MOON EXPRESS
@BOB_RICHARDS

« UNE NOUVELLE ÉVOLUTION HUMAINE EST EN COURS, COMME LORSQUE LES PREMIERS AMPHIBIENS SONT SORTIS DE L'OCÉAN POUR MARCHER SUR LA TERRE. NOUS SORTONS MAINTENANT DE L'ATMOSPHÈRE POUR ALLER VERS L'ESPACE... L'“HOMOSPACIEN” VERRA BIENTÔT LE JOUR. »

Celui qui se décrit comme un « orphelin d'Apollo » vise littéralement la lune en ralliant fonds privés et partenariats publics afin de relancer les efforts d'exploration du satellite de la Terre (question d'en faire notre propre station-service intergalactique).

Sa théorie ? On n'a encore rien vu. Selon Bob, notre système solaire n'est même pas la partie la plus intéressante de notre galaxie, encore moins de l'univers.





📷 ALLEN MCEACHERN



OBJECTIF LUNE

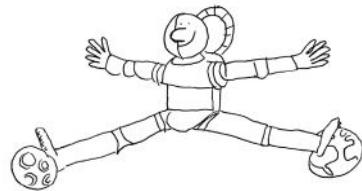
Pour réaliser de grandes avancées, il faut être « extrêmement ambitieux, fou et un peu naïf », selon Amir Banifatemi de XPRIZE.

Amir Banifatemi

CHEF INTELLIGENCE
ARTIFICIELLE, XPRIZE
@A225

Principes à la base des grandes avancées

- + Croyez fermement en la possibilité d'un monde meilleur.
- + Attaquez-vous à un problème complexe, difficile et un peu fou.
- + Inspirez-vous de la science-fiction.
- + Servez-vous de la science pour résoudre le problème.
- + Mettez les gens au cœur du processus. Impliquez-les.
- + N'oubliez pas que les grandes avancées sont fondées sur l'espoir.
- + Acceptez le changement. Les gens préfèrent habituellement les changements graduels, qui s'adoptent avec une certaine facilité. Mais pour réaliser une grande avancée, il faut opérer des changements radicaux, et on n'y arrive que par la collaboration.



« NE PENSEZ PLUS LOCAL
ET LINÉAIRE, PENSEZ PLUTÔT
MONDIAL ET EXPONENTIEL. »

Comment réaliser une grande avancée ?

1. FORMULEZ VOS HYPOTHÈSES.

Qu'est-ce qui vous permettra de concrétiser cette grande avancée ?

2. IDENTIFIEZ LES ÉLÉMENTS CRUCIAUX.

Morcelez la grande avancée.

3. VÉRIFIEZ VOS HYPOTHÈSES.

Rassemblez les données qui vous permettront de valider vos hypothèses. Faites des simulations. Puis recommencez.

4. DÉFINISSEZ VOTRE TRAJECTOIRE.

« Les grandes avancées peuvent être intimidantes sans trajectoire établie », dit Amir.



Les grandes avancées qui ont réussi

L'AVIATION COMMERCIALE

Le premier vol international a eu lieu en 1919. Cette grande avancée a révolutionné l'industrie de l'aviation commerciale seulement 16 ans après que les frères Wright aient fait voler le premier avion de l'histoire.

NASA

Le mot anglais « moonshot », qui signifie littéralement « essayer d'atteindre la lune » et qu'on utilise pour désigner les grandes avancées qui ont peu de chances de réussir, remonte à la mission lunaire Apollo 11 et au premier homme à avoir marché sur la lune en 1969.

LE VOL SPATIAL

Mojave Aerospace Ventures a remporté le prix Ansari XPRIZE de 10 millions de dollars pour avoir réussi un vol spatial suborbital.

ÉRADIQUER LE CANCER

L'initiative Cancer Moonshot du U.S. National Institute of Health (NIH) vise à accélérer la recherche sur le cancer, à offrir une plus grande gamme de thérapies aux patients et à améliorer les techniques de prévention et de dépistage précoce du cancer.



LE CIEL EST À VOUS



Ciel



Labs C2

LES LABS C2 SONT DES EXPÉRIENCES DE BRAINSTORMING UNIQUES QUI VOUS ENCOURAGENT À PENSER DIFFÉREMMENT ET À TROUVER DE NOUVELLES SOLUTIONS À DES PROBLÈMES PRÉCIS.

Le lab **Ciel** invitait les participants à viser la lune et à voir grand. Pendant qu'ils étaient confortablement assis 6 mètres au-dessus du sol, nous leur avons demandé de réfléchir non seulement aux grandes avancées, mais aussi aux façon de cultiver cette mentalité de « voir grand ».

Voici comment viser la lune en trois étapes, du lancement à l'alunissage (sans même quitter la Terre).



ÉTAPE 2

On est en haut!

Imaginez un monde où le stress n'existe pas, où les erreurs sont sans conséquence, où vous maîtrisez parfaitement vos forces créatrices et où vos idées novatrices et révolutionnaires ne mettent pas votre carrière en péril. Dans cet univers, vous possédez une capacité de collaboration et de mobilisation sans limites. Qu'allez-vous en faire ? À vous de planifier votre grande avancée.

ÉTAPE 1

Ça monte!

À quand remonte la dernière fois où vous avez réalisé une percée même si vous n'aviez pas les moyens, la technologie ou les aptitudes pour le faire ? Qui était là ? Qui a participé ? Dans quel état d'esprit vous trouviez-vous ? En analysant votre dernière grande réussite, vous pourrez déterminer les facteurs qui l'ont rendue possible.

ÉTAPE 3

On redescend!

Regardez autour de vous. De quelles compétences organisationnelles avez-vous besoin pour réaliser vos rêves ? Comment y parviendrez-vous ?







LABS

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50

GÉNÉREUX EN AFFAIRES



Frank Giustra

PDG, FIORE GROUP OF COMPANIES
FONDATEUR, RADCLIFFE
FOUNDATION

FONDATEUR, CLINTON GIUSTRA
ENTERPRISE PARTNERSHIP
FONDATEUR, LIONSGATE
ENTERTAINMENT
@FRANK_GIUSTRA

Kirpatrick Day

DIRECTEUR EXÉCUTIF,
THE ASCEND INITIATIVE

EN CONVERSATION AVEC

Heather Hiscox

PRÉSENTATRICE ET ANIMATRICE,
CBC NEWS NOW
@CBCHH

Frank Giustra est l'un des entrepreneurs canadiens les plus admirés, et pour cause : non content de simplement faire don de son argent, il préfère s'attaquer lui-même aux enjeux sociaux. Le « philanthrope entrepreneurial » se sert de son sens aiguisé des affaires pour résoudre certains des problèmes de société les plus complexes et les plus urgents. Dans sa ligne de mire : l'itinérance et la crise des réfugiés syriens.

Aux premières lignes

La crise des réfugiés syriens perdure depuis 6 ans déjà et son bilan est accablant : 400 000 personnes sont mortes et près de 5 millions sont encore en déplacement. Ce qui a poussé Frank à l'action ? Il a rendu visite à des réfugiés à Lesbos, en Grèce. Voir la crise de si près a bouleversé sa vision du monde.

« Lorsqu'on est directement témoin de la situation, le problème semble beaucoup plus réel, plus personnel. »



À LIRE

Les participants de C2 ont cherché des solutions à de graves problèmes au fil du programme De l'idée à l'impact d'une durée de trois jours, qui portait sur la crise des réfugiés et sur les manières de les aider à se refaire une vie ailleurs.



« NOUS AVONS TOUS LA CAPACITÉ, AU COURS DE NOTRE VIE, D'EXERCER UNE INFLUENCE POSITIVE ET DE TOUCHER LES GENS QUI NOUS ENTOURENT. »

— FRANK GIUSTRA

Petites initiatives, gros changements

La fondation de Frank—la Radcliffe Foundation—et l'International Rescue Committee ont rapidement identifié les besoins immédiats et se sont aussitôt mis à l'œuvre.

Les deux organisations ont bâti un centre d'accueil à Lesbos pour distribuer aux réfugiés le nécessaire pour leur subsistance : tentes, eau, nourriture, médicaments et transport. « Nous l'avons érigé en deux mois, raconte Frank. Ça aurait pris des années à un organisme d'aide internationale ».

Les réfugiés qui fuient par voie maritime meurent trop souvent noyés : les efforts de recherche et de sauvetage sont inadéquats et les gilets de sauvetage, pour la plupart achetés sur le marché noir, sont inutiles. Le Comité international de secours (IRC) a collaboré avec une organisation locale grecque pour fournir des embarcations et de l'équipement, et une équipe de recherche et de sauvetage de Vancouver s'est rendue sur les lieux pour donner de la formation.

« C'est le gros bon sens, c'est tout, ajoute Frank. Avec de la détermination, n'importe qui dans cette salle pourrait faire la même chose. Ce n'est pas sorcier. »



La philanthropie dans le monde des affaires

En grec, Elpída signifie *espoir*, et c'est exactement ce que The Elpída Home for Refugees offre aux réfugiés à Lesbos.

Le Clinton Giustra Enterprise Partnership réunit des entreprises sociales individuelles qui doivent prospérer et atteindre la rentabilité de façon indépendante.

The Ascend Initiative combine les ressources et les compétences des grandes entreprises avec celles des organisations locales. Un bon exemple serait Airbnb, qui s'est associée à l'ONG grecque Solidarity Now pour trouver des logements aux réfugiés.



JOUER POUR S'INTÉGRER : DES SOLUTIONS POUR LES RÉFUGIÉS

Young Glory est un concours international qui récompense l'innovation et la créativité en publicité. Cette année, un des thèmes était l'aide aux réfugiés, ou plutôt, comment aider les réfugiés à *s'intégrer* dans leurs nouvelles communautés.

En tout, 300 équipes ont présenté huit campagnes de publicité offrant des solutions pour résoudre ce problème mondial. Les gagnants du concours ont été annoncés à C2.

Rafik Belmesk

COFONDATEUR,
YOUNG GLORY
@RAFIK

GAGNANTS, CATÉGORIE
PROFESSIONNELS

Emma Ziesemer

RÉDACTRICE,
REDSUIT ADVERTISING

Tom Kimmorley

DIRECTEUR ARTISTIQUE,
NEXT THURSDAY

Originaire de Brisbane, en Australie, ce duo créatif a atteint la finale de chacune des rondes du concours Young Glory, et a remporté le grand prix grâce à leur campagne favorisant l'intégration par le soccer.

En 2018, la FIFA constituera une ligue canadienne de soccer dans l'espoir de créer un engouement pour ce sport. En Syrie, Red Castle d'Alep était une des meilleures équipes avant de cesser ses activités.

La création de l'équipe **The Canadian Red Castle** rendrait hommage à la mémoire de l'ancienne équipe et offrirait aux joueurs syriens l'occasion de jouer dans une nouvelle équipe et de s'intégrer dans leur communauté d'accueil. Cette nouvelle équipe rapprocherait les deux pays qui partageraient dès lors une même passion pour le sport et créerait un bassin d'admirateurs de plus de 40 000 réfugiés.



VOYEZ LEUR ŒUVRE

293 Vous trouverez les huit campagnes de Tom et Emma sur le site tomandemma.website



Ce tandem issu de Gothenburg, en Suède, a remporté le concours dans la catégorie Étudiants grâce à MICI, un jouet interprète. Destinée aux enfants, cette petite boîte en forme de panda munie de deux haut-parleurs fait appel à Google Translate pour traduire instantanément la parole et permettre aux enfants de jouer ensemble.

« Il y a plusieurs facteurs importants à l'intégration, indique Julia Gillgren. Primo, obtenir un emploi; secundo, apprendre la langue; tertio, bâtir un contexte social pour se faire des amis. »

L'équipe s'est penchée sur le deuxième élément, dont les deux autres dépendent. L'objectif de MICI est de permettre aux enfants de communiquer plus facilement, en arabe et en d'autres langues, avec de nouveaux amis.

GAGNANTS, CATÉGORIE
ÉTUDIANTS

Malin Saarinen

DIRECTRICE ARTISTIQUE
ET RÉVISEURE, YRGO

Julia Gillgren

DIRECTRICE ARTISTIQUE
ET RÉDACTRICE, YRGO



À REGARDER

Rendez-vous sur Vimeo pour voir Young Glory à C2.



CONTRIBUER À BÂTIR L'AVENIR DES RÉFUGIÉS GRÂCE À L'EMPATHIE, LE DESIGN ET L'INNOVATION:

DE L'IDÉE À L'IMPACT

La crise des réfugiés est l'un des grands défis de notre époque. Avec l'aide d'[OpenIDEO](#), [The Radcliffe Foundation](#) et [WISE](#), en collaboration avec [Ideas Box](#), [Burners Without Borders](#) et [The Ascend Initiative](#), nous avons mis en place un programme, à C2 Montréal 2017, pour aider les membres de la communauté C2 à mobiliser leurs idées et leur influence au fil d'une série de conférences et de sessions de travail collaboratives.

Au cœur de ce programme : les sessions [De l'idée à l'impact](#). Au cours de trois jours, trois ateliers de 90 minutes ont permis à un même groupe de participants d'identifier les gestes qui leur permettraient d'agir rapidement (engendrant des résultats dans un délai d'un mois ou d'une semaine) pour soutenir les réfugiés qui se bâtissent des nouvelles vies dans le monde entier.

« IL N'Y A ABSOLUMENT RIEN DE TROP PETIT. »

— KIRPATRICK DAY

[Scott Shigeoka](#)

[OPENIDEO](#)
[@SCOTTSHIGEOKA](#)

[Alisa Ahmadian](#)

[OPENIDEO](#)
[@ALISAAHMADIAN](#)

[Mirella Alexou](#)

EMERGENCY RESPONSE CENTRE
INTERNATIONAL, [ERCI](#)
[@MIRELLAALXOU](#)

[Paula Schwarz](#)

[STARTUPBOAT](#)
[@PAULAPOLICE](#)

[Mike Zuckerman](#)

[INSTITUTE FOR THE FUTURE](#)
[@THEOTHERZUCK](#)

[Christopher Breedlove](#)

[BURNERS WITHOUT BORDERS](#),
THE BURNING MAN PROJECT
[@B_W_B](#)

[Sara Lyons](#)

[LES FONDATIONS](#)
[COMMUNAUTAIRES DU CANADA](#)
[@SARAHLYONS41](#)

[Barbara Schack](#)

[BIBLIOTHÈQUES SANS FRONTIÈRES](#),
IDEAS BOX
[@SCHACKB](#)

[Sébastien Turbot](#)

[WISE](#), UNE INITIATIVE DE
LA QATAR FOUNDATION
[@STURBOT](#)

[Kirpatrick Day](#)

[ASCEND](#)

[Cosmo Fujiyama](#)

[CENTER FOR SOCIAL IMPACT](#)
STRATEGY, UNIVERSITY OF
PENNSYLVANIA
[@COSMOFUJIYAMA](#)

[Christine Lai](#)

[DELIVERING HAPPINESS](#)
[@CHRISTINELAI21](#)

[Katherine Trujillo](#)

[BIBLIOTHÈQUES SANS FRONTIÈRES](#),
IDEAS BOX
[@LAGATAMONTESA](#)

[Elyas Felfoul](#)

[WISE](#), UNE INITIATIVE DE
LA QATAR FOUNDATION
[@WISE_TWEETS](#)

De l'idée à l'impact: une aventure de trois jours

JOUR 1 — LE LEADERSHIP PASSE PAR L'EMPATHIE

Des participants œuvrant dans divers secteurs se sont rassemblés pour mettre à profit leur expertise. Ces purs étrangers se sont rapprochés et familiarisés en remettant en question leurs idées reçues et en écoutant les idées, les préoccupations et les espoirs de chacun en ce qui a trait à la crise des réfugiés.

JOUR 2 — IDENTIFIER LES POSSIBILITÉS ET CRÉER DES PROTOTYPES

La nouvelle famille De l'idée à l'impact a cherché des solutions tout en s'initiant au design thinking. Les grandes idées ayant été identifiées au premier jour du programme, les participants ont été guidés à travers un processus de prototypage itératif.

JOUR 3 — SE TOURNER VERS L'AVENIR : BÂTIR UN ÉCOSYSTÈME MISANT SUR L'IMPACT POSITIF

Le dernier jour a donné lieu à des commentaires inspirés. L'émotion qui était palpable tout au long des trois jours du programme a motivé les participants à planifier leur intervention pour améliorer le sort des réfugiés, et à s'engager à faire le suivi de leurs objectifs dans un mois. Les participants ont tissé des liens et ont acquis une meilleure connaissance de ce qui peut et de ce qui doit être fait.

Des réfugiés comme guides d'empathie

Les réfugiés eux-mêmes étaient au cœur du programme. Quatre réfugiés nouvellement installés à Montréal ont agi à titre de *guides d'empathie* afin d'aider les autres collaborateurs à trouver des solutions pendant C2. Ils ont partagé leur expérience et leurs réflexions, en plus de s'assurer que les idées mises de l'avant étaient motivées par l'empathie et la compréhension humaine du problème.

LA LIGNE EST MINCE

Pour les concepteurs du programme De l'idée à l'impact, il était important d'inclure les réfugiés dans le processus, mais ils ont ressenti une tension constante entre le besoin d'empathie et le risque d'instrumentaliser les participants identifiés comme des « réfugiés ». Un apprentissage clé pour les futures sessions de la série est d'impliquer les principaux intéressés au début du processus, pour nous assurer que nous ne concevons non seulement *pour*, mais surtout *avec* les gens.



DE L'IDÉE À L'IMPACT (SUITE)



L'an dernier, plus de **31 millions** de personnes ont été déplacées

ET ENVIRON 65,3 MILLIONS D'INDIVIDUS ONT ÉTÉ FORCÉS DE QUITTER LEUR DOMICILE. NOUS SOMMES TÉMOINS DU PLUS IMPORTANT DÉPLACEMENT DE PERSONNES DE L'HISTOIRE ET DES 22 MILLIONS DE RÉFUGIÉS DANS LE MONDE AUJOURD'HUI, LA MOITIÉ SONT ÂGÉS DE MOINS DE 18 ANS.

Miser sur l'empathie grâce à de vrais témoignages

Le message de nos *guides d'empathie* était bien clair: la crise va bien au-delà des besoins de subsistance d'urgence.

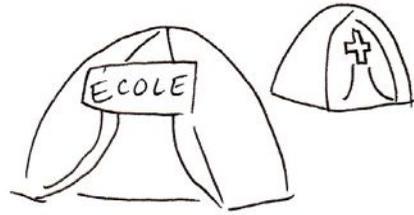
PERSONNE N'EST À L'ABRI

Les participants ont réalisé que personne n'est à l'abri des déplacements forcés. Ce que les réfugiés souhaitent plus que tout, c'est de recommencer à vivre normalement, comme nous avons la chance de le faire tous les jours. Ils ont l'impression d'avoir été oubliés et abandonnés par la Terre entière. Leur vie a été complètement chamboulée, et trouver le bonheur malgré la crise est un défi immense.

UN MOMENT DÉCISIF POUR L'HUMANITÉ

Nous avons urgemment besoin que des acteurs non traditionnels trouvent une solution à la crise des réfugiés en s'attaquant directement à ses causes profondes: les conflits, le réchauffement climatique et l'effondrement économique.

Kirpatrick Day, d'Ascend Initiative, a expliqué qu'il fallait déboulonner le mythe voulant que les ONG détiennent toutes les solutions et que les acteurs du secteur privé n'ont pas leur place dans la résolution de ces enjeux. Cette crise sans précédent nécessite la collaboration de tous. « La nature violente, complexe et chronique de ces conflits signifie que nous devons nous habituer à la présence d'acteurs non traditionnels dans l'écosystème humanitaire ».



Comment les entreprises peuvent-elles aider ?

Comment le secteur privé peut-il améliorer le sort des populations déplacées ou voir à l'éducation des enfants dans les camps de réfugiés ? « Ce n'est pas uniquement une question d'argent », a souligné une participante. « Les entreprises devraient utiliser leur influence politique pour aider la cause ».

QUELLE EXPERTISE POURRIEZ-VOUS METTRE À CONTRIBUTION POUR ENDIGUER LA CRISE ?

Pensez à votre culture d'entreprise et évaluez vos ressources. Munissez-vous de quelques notes autocollantes et prenez le temps d'y réfléchir avec votre équipe. Choisissez un enjeu, par exemple celui de l'hébergement temporaire.

1. Quelle est la vocation de votre entreprise ?
Quelles ressources et compétences y sont associées ?
2. Sur cette base, concentrez-vous sur des problèmes spécifiques :
 - + COMMENT POURRIONS-NOUS RENDRE LES ABRIS FONCTIONNELS, SÛRS ET PLUS ACCUEILLANTS POUR LES RÉFUGIÉS ?
 - + COMMENT POURRIONS-NOUS AIDER LES RÉFUGIÉS À RETROUVER UN SENS À LEUR VIE ?
 - + COMMENT POURRIONS-NOUS FAIRE TOMBER LES PRÉJUGÉS QUI S'INTERPOSENT PARFOIS ENTRE LES RÉFUGIÉS ET LES COMMUNAUTÉS QUI LES ACCUEILLEN ?

DE L'IDÉE À L'IMPACT (SUITE)

Comment faire démarrer le changement

SENSIBILISEZ VOS EMPLOYÉS

On remarque malheureusement une abondance de désinformation au sujet des réfugiés, qu'il s'agisse de décrire leurs conditions de vie ou les ressources dont ils disposent, ou encore de nourrir les stéréotypes à leur sujet. Encouragez vos pairs à garder un esprit ouvert et nuancé. Comment communiquer des histoires et des statistiques qui nous incitent à passer à l'action ?

ENCOURAGEZ L'IMPLICATION DIRECTE

Il est important pour les réfugiés de se sentir écoutés, mais aussi de pratiquer leur anglais et leur français. Inspirés par des étudiants de l'Université McGill qui offrent du tutorat aux réfugiés par [Skype](#), les participants ont suggéré que les organisations pourraient organiser des rencontres Skype entre employés et réfugiés durant l'heure du dîner.

SOUTENEZ LES RÉFUGIÉS RÉINSTALLÉS

Faites comme Jim Ellis, le PDG canadien de [Danby](#), en aidant vos nouveaux voisins à trouver du travail, des stages ou des occasions de faire du bénévolat. Engagez-les dans votre entreprise. Devenez leur mentor.

CONTINUEZ CE QUI FONCTIONNE DÉJÀ

Utilisez vos propres sources de financement, connaissances et contacts. Les réfugiés ont des talents à mettre à contribution, il leur manque juste les occasions pour le faire.

DEMANDEZ « COMMENT POURRIONS-NOUS...? »

Quelles sont les capacités particulières de votre entreprise ? Pensez à tout ce que vous pouvez offrir.

Quelques idées des participants

À travers les sessions de brainstorming et de prototypage en équipe, les participants se sont attablés à trouver des solutions à certains problèmes spécifiques. Voici trois de leurs idées :

- + Une application qui offrirait des formulaires d'immigration et de résidence préremplis pour alléger le processus bureaucratique.
- + Passer la nuit dans un camp de réfugiés pour mieux comprendre l'ampleur de la crise.
- + Visiter une mosquée : plus qu'un simple lieu de culte, les mosquées sont aussi des centres culturels et sociaux. À quand remonte la dernière fois où l'une de vos activités d'entreprise a eu lieu dans un environnement peu familier ?



VOUS VOULEZ FAIRE QUELQUE CHOSE ?

CES GROUPES POURRAIENT VOUS AIDER, VOUS
ET VOTRE ORGANISATION, À DÉMARRER DANS
LA BONNE DIRECTION :



The Ascend Initiative, qui offre un nouveau modèle de mobilisation et de collaboration du secteur privé.



Burners Without Borders, un regroupement spontané qui libère la créativité des communautés locales pour trouver des solutions aux grands problèmes.



The Startupboat, qui repère les projets innovants ayant le potentiel de créer des changements sociaux.



Le fonds d'appui aux réfugiés syriens qui fournit des logements, de la formation professionnelle et une aide pour le développement des compétences aux 25 000 réfugiés que nous accueillons au Canada.



Bibliothèques sans frontières, qui veille à ce que, peu importe leur situation, les gens de partout dans le monde puissent vivre avec dignité et avoir l'occasion de se développer grâce à l'accès à l'information, l'éducation et la culture.



Emergency Response Center International, un OBNL qui fournit de l'aide et des secours d'urgence à Lesbos, en Grèce.



Le Centre Elpída, un partenariat public-privé mis sur pied pour créer des conditions de vie humaines pour les réfugiés, et leur redonner le pouvoir de prendre leurs propres décisions.



LE CRÉDIT À CEUX QUI LE MÉRITENT



Prof. Muhammad Yunus

LAURÉAT DU PRIX NOBEL
DE LA PAIX ET FONDATEUR,
GRAMEEN BANK
@YUNUS_CENTRE

EN CONVERSATION AVEC

Jurgen Hecker

RÉDACTEUR PRINCIPAL
À L'ÉCONOMIE,
AGENCE FRANCE-PRESSE
@JURGENHECKER

« TOUT LE MONDE A LE POUVOIR
DE CHANGER, NON PAS UNE TOUTE
PETITE PARTIE DU MONDE, MAIS LE
MONDE DANS SA GLOBALITÉ. »

— PROF. MUHAMMAD YUNUS

Par le biais de la Grameen Bank, la première banque au monde dédiée aux personnes en situation de pauvreté, Muhammad Yunus donne aux gens le crédit dont ils ont besoin, un microprêt à la fois.

Son action se fonde sur la conviction que chacun de nous possède une puissance créative unique et que, peu importe que nous soyons riches ou non, nous pouvons contribuer à transformer le monde. Comment ? En créant des entreprises dont l'objectif est de résoudre des problèmes, et non de faire de l'argent.

Regardez au-delà de vous-mêmes

Muhammad Yunus ne partage pas l'avis de Gordon Gekko—le personnage des films *Wall Street*—selon lequel la cupidité est le moteur de tout. Il croit plutôt que l'altruisme peut être une grande source de motivation.

Certaines multinationales, comme le géant de l'alimentaire McCain, ont compris le principe. Cette dernière a lancé une entreprise sociale qui contribue à résoudre le problème du gaspillage alimentaire et à créer des emplois en transformant des légumes « moches » qui étaient destinés à être jetés.



LE SAVIEZ-VOUS ?

Yunus Social Business investit dans des entreprises sociales durables offrant des emplois, de l'éducation, des soins de santé, de l'eau potable et de l'énergie propre à près d'un million de personnes.

Passez à l'action et devenez votre propre patron

Si une femme analphabète dans un village isolé peut devenir une entrepreneure sur la base d'un prêt de 30 \$, qu'est-ce qui vous empêche de partir votre propre entreprise ?

Muhammad Yunus nous met au défi d'agir comme les personnes à qui il accorde des prêts et de devenir des entrepreneurs. « Les humains ne sont pas nés pour travailler pour quelqu'un d'autre. Ils sont nés pour faire des choses pour eux-mêmes. »



C'est un monopole

Quelle est l'ampleur des inégalités ? Pour nous donner un point de comparaison, Muhammad a pris l'exemple du Grand chapiteau 360 : si vous isolez trois des 360 degrés, cette section représente ceux qui possèdent près de 100% de la richesse de la planète.

DES STATISTIQUES RENVERSANTES

99% DE LA RICHESSE DE LA PLANÈTE APPARTIENT À 1% DE LA POPULATION.

LES HUIT PERSONNES LES PLUS RICHES AU MONDE POSSÈDENT UNE RICHESSE PLUS GRANDE QUE LA MOITIÉ LA PLUS PAUVRE DE LA POPULATION MONDIALE.

LA FAMILLE WALTON, PROPRIÉTAIRE DE LA SOCIÉTÉ WALMART, EST PLUS RICHE QUE 40% DES AMÉRICAINS LES PLUS PAUVRES, MIS ENSEMBLE.

Grameen America en chiffres

100 000 EMPRUNTEUSES
100% DE FEMMES
1 000\$ OU MOINS PAR PRÊT
99,6% DES PRÊTS SONT
REMBOURSÉS, SOIT BIEN
PLUS QU'UNE BANQUE
TRADITIONNELLE



INVESTIR POUR DÉCOUPLER SON IMPACT



Paul Allard

COFONDATEUR ET PDG,
IMPAK FINANCE
@PAULALLARD123

Selon Paul Allard, cofondateur d'Impak Finance, l'humanité aurait atteint un point d'inflexion : les frontières et les règles d'autrefois changent et évoluent.

Nos habitudes, nos choix et l'importance que nous accordons à la vocation sont en train de transformer les économies du monde entier. Nous sommes à l'ère de l'économie d'impact.

L'économie d'impact est un écosystème d'entreprises qui ont en commun des motivations sociales et environnementales bien définies. Il ne s'agit pas d'organismes de bienfaisance, précise Paul, mais d'entreprises viables et profitables qui vaudront entre 400 milliards et 1 billion de dollars d'ici 2020.

Portraits de quelques entrepreneurs d'impact

À Vancouver, Janice Abbott dirige l'Atira Women's Resource Society, qui vient en aide aux femmes dans le besoin en leur offrant notamment du logement abordable.

+ 25 MILLIONS \$ DE REVENU ANNUEL

+ 500 EMPLOYÉS

À Montréal, Pierre Legault a fondé Renaissance, une organisation qui aide les gens marginalisés à réintégrer le monde du travail.

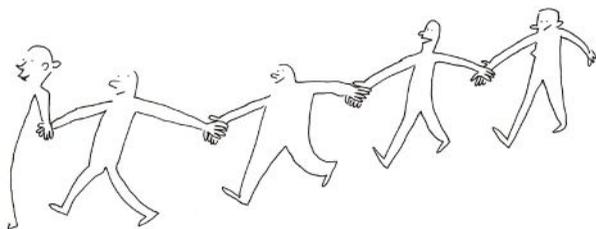
+ 30 MILLIONS \$ DE REVENU

+ 5 MILLIONS \$ DE PROFIT ANNUEL

À Toronto, Tonya Surman dirige le Centre for Social Innovation.

+ 5 MILLIONS \$ DE REVENU

+ 3 IMMEUBLES POUR FOURNIR AUX ORGANISATIONS SOCIALES DE L'ESPACE DE TRAVAIL ET DES RESSOURCES PARTAGÉES



L'avenir est à la décentralisation des bénéfices

Pendant que les entrepreneurs d'impact continuent à faire du bon travail dans le système actuel, Paul se prépare à un avenir qui aura adopté la technologie *blockchain*, qui « donne aux utilisateurs non seulement les moyens de contribuer à la communauté à laquelle ils participent, mais aussi d'en tirer des bénéfices. »

Le plus important, dit Paul, c'est que la gouvernance et la redistribution des richesses au sein d'un système *blockchain* sont décentralisées, ce qui rend cette révolution collaborative, participative et transparente.

Entre-temps, Paul est en train de bâtir un écosystème pour attirer les citoyens, les entreprises d'impact et les investisseurs en capital qui voient du même œil ce bouleversement économique.



À propos d'Impak

IMPAK FINANCE SOUHAITE DEVENIR UNE BANQUE EN LIGNE SOCIALEMENT RESPONSABLE ET ENTIÈREMENT DÉDIÉE À L'ÉCONOMIE D'IMPACT D'ICI 2019.

PAUL A AUSSI PROFITÉ DE SON PASSAGE À C2 POUR ANNONCER IMPAK COIN, LA PREMIÈRE CRYPTOMONNAIE CONÇUE EXPRESSÉMENT POUR L'ÉCONOMIE D'IMPACT.



Vous voulez plus de *blockchain* ?

VOYEZ CE QUE LE CONFÉRENCIER DE C2 BRIAN BEHLENDORF AVAIT À DIRE À CE SUJET.

« SI VOUS PENSEZ QUE L'ARRIVÉE D'INTERNET DANS LES ANNÉES 1990 A TRANSFORMÉ NOTRE UNIVERS, ATTENDEZ DE VOIR COMMENT LA TECHNOLOGIE *BLOCKCHAIN* RÉVOLUTIONNERA NOTRE SOCIÉTÉ. »



UNE CHAÎNE DE CONFIANCE



Brian Behlendorf

DIRECTEUR GÉNÉRAL, [HYPERLEDGER](#)
[@BRIANBEHLENDORF](#)

« LE *BLOCKCHAIN* N'EST PAS TANT LA RÉPONSE À UN PROBLÈME TECHNOLOGIQUE QU'À UNE FAILLE DE CONFIANCE; C'EST UNE QUESTION POLITIQUE, TECHNOLOGIQUE ET SOCIALE. »

Véritable « diplomate geek », Brian Behlendorf est un fervent partisan de l'accessibilité. Utilisateur précoce du web et figure importante derrière le système d'exploitation [Linux](#), l'un des plus grands projets de propriété intellectuelle collaborative à ce jour, Brian possède une longue feuille de route en incubation d'infrastructures technologiques.

Durant la dernière décennie, il a observé une grande centralisation sur le web, avec des géants comme PayPal, Uber, Gmail et eBay impliqués dans presque toutes les transactions ou interactions en ligne.

C'est problématique, dit-il. Le web devient moins compétitif, moins génératif et de plus en plus difficile à naviguer pour les petites startups. La solution ? Un registre chiffré et décentralisé, le *blockchain*.

Le *blockchain*, popularisé par les cryptomonnaies comme Bitcoin, est une manière d'enregistrer, collectivement et de manière sécuritaire, les transactions, devises et informations numériques grâce à un mécanisme de communication et de consentement mutuel. On peut le voir comme un immense document à code source libre qui exige qu'au moins deux parties confirment une transaction avant qu'elle soit ajoutée à un grand livre en ligne.





Les diamants sont éternels

Vous n'arrivez toujours pas à vous représenter le *blockchain*? Prenons l'exemple du commerce de diamants.

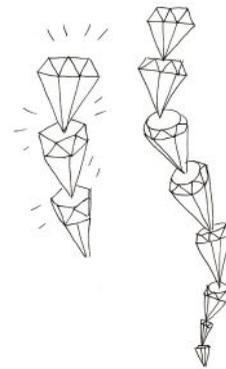
- + Il y a plusieurs années, l'industrie diamantaire a instauré le processus de Kimberley pour contrer la circulation de diamants de guerre. Ceci a forcé toute la chaîne de distribution à alerter une organisation centrale à Bruxelles chaque fois qu'un diamant changeait de main.
- + Cela a permis une meilleure traçabilité, mais l'information était néanmoins confinée dans un classeur. Devions-nous faire confiance à une seule organisation pour superviser une opération aussi complexe?
- + Aujourd'hui, l'industrie a migré vers un système de registre décentralisé, ce qui signifie que chaque mouvement est numériquement suivi, chiffré et ajouté à un registre à code source libre consultable par tout le monde, du mineur au client. Plusieurs acteurs doivent confirmer l'échange pour qu'il soit ajouté au registre. De cette façon, la base de données est alimentée, gérée et surveillée collectivement par tout un écosystème. Pas besoin de placer notre confiance dans une entité unique qui détiendrait seule l'information et le pouvoir.

Dans ce processus, chaque mouvement de diamant devient un **bloc** d'information chiffré (emplacement, temps, identité du marchand, taille) dans une **chaîne** de registres décentralisés. D'où le *blockchain*.

Le maillon fort d'un monde plus juste

Pour Brian, la popularisation du *blockchain* nous ramène au début de l'Internet; c'est une occasion en or de réintroduire la confiance dans un système décentralisé.

L'un des projets qui le stimule le plus est l'utilisation des *blockchains* pour permettre aux réfugiés des camps d'ouvrir des commerces, de conserver les dossiers médicaux et de confirmer une identité sans papier grâce au code source libre.



À VISIONNER

Brian explique ce qu'est Hyperledger.



PETITES MOTIVATIONS, GRANDES AVANCÉES

Kelly Peters et Nathaniel Barr, économistes comportementalistes, ont partagé leurs observations sur la façon dont les petites interventions peuvent inciter les gens à se comporter de la manière désirée.

Kelly Peters

PDG ET COFONDATRICE,
BEWORKS
@KELLYBEWORKS

Nathaniel Barr

CONSEILLER SCIENTIFIQUE,
DOCTORANT,
BEWORKS
@BARRNATHANIEL

« POUR ÊTRE CONSIDÉRÉE
COMME UN SIMPLE COUP
DE COUDE, L'INTERVENTION
DOIT ÊTRE FAITE EN
DOUCEUR ET POUVOIR
S'ÉVITER FACILEMENT. IL
NE S'AGIT PAS D'OBLIGER
LES GENS À FAIRE UNE
ACTION. METTRE UN FRUIT
À HAUTEUR DES YEUX,
C'EST FACILITER L'ACTION.
BANNIR LA MALBOUFFE,
C'EST AUTRE CHOSE. »

— TRADUCTION D'UN EXTRAIT
DU LIVRE *NUDGE: IMPROVING
DECISIONS ABOUT HEALTH,
WEALTH AND HAPPINESS*,
DE RICHARD H. THALER
ET CASS R. SUNSTEIN

Vous voulez qu'une personne passe à l'action ?

Essayez de l'inciter sans la brusquer, en vous basant sur ces quelques connaissances utiles, empruntées à la science du comportement :

1. ANCRAGE: ON AIME LES CHIFFRES

Les gens sont souvent influencés par les données et les statistiques, même sans en comprendre entièrement la signification. L'utilisation des chiffres peut influencer leur avis, sur la perception de valeur d'un produit ou d'un service, par exemple.

2. PREUVE SOCIALE: ON A TENDANCE À FAIRE CE QUE FONT LES AUTRES

Lorsque les gens agissent d'une certaine façon, nous décidons souvent d'agir de la même manière. C'est particulièrement vrai lorsque nous sommes hésitants à prendre une décision.

3. ENGAGEMENT: ON AIME TENIR DES PROMESSES

Obtenir la promesse que les gens vont poser un geste précis augmente les chances qu'ils le fassent.

4. INTENTIONS DE RÉALISATION: ON A TENDANCE À RESPECTER UN PLAN DÉTAILLÉ

Les gens sont plus susceptibles d'effectuer une tâche comportementale s'ils créent un plan détaillant la façon de la réaliser.

5. CONCRÉTISATION: ON AIME LES CHOSES TANGIBLES

Formuler des concepts abstraits sous forme d'exemples concrets peut aider les gens à comprendre et à se souvenir de ces concepts, ce qui à terme entraîne le changement de comportement désiré.

6. PRÉENGAGEMENT: C'EST AUJOURD'HUI QU'IL FAUT DÉCIDER D'ÉPARGNER POUR DEMAIN

Demander aux gens de s'engager immédiatement à une action future augmente les chances qu'ils l'accomplissent réellement.







ROBOTS, MODE D'EMPLOI

Ian Bernstein a grandi en fabriquant des robots. S'il espérait pouvoir un jour les rendre aussi réactifs, utiles et attachants que R2-D2 de *Star Wars* ou Rosie des *Jetsons*, son rêve s'est matérialisé lorsqu'il a collaboré avec Disney pour transformer son robot interactif Sphero 2.0 en droïde BB-8 : contrôlé par téléphone intelligent, ce nouvel ami est muni d'une tête pivotante, d'une personnalité fantasque et des plus beaux effets sonores.



Ian Bernstein

FONDATEUR ET CHEF DE LA
TECHNOLOGIE, SPHERO
@AROBODUDE

« MAINTENANT QU'ON A EXPÉDIÉ
DES MILLIONS DE ROBOTS, ON A
COMPRIS COMMENT LES GENS LES
UTILISENT : ILS DÉVELOPPENT UNE
RELATION AVEC LEURS ROBOTS,
ILS PASSENT DU TEMPS AVEC EUX. »

Quatre règles de base



1. LES ROBOTS DOIVENT ÊTRE ATTACHANTS.

On travaille à donner de la personnalité aux robots, en dessinant des visages sur Amazon Echo ou en partageant des secrets avec le BlabDroid d'Alex Reben. Les robots de nos maisons, bureaux et salles de classe deviendront nos compagnons, nos confidentiels et feront même partie de notre famille.



2. ILS DOIVENT NOUS PARAÎTRE FAMILIERS.

Lorsque Bernstein a ajouté une tête et des yeux à son robot Sphero 2.0, il est devenu BB-8 de *Star Wars*, le premier droïde contrôlé par appli et avec lequel on peut jouer à la maison.



3. ILS DOIVENT ÊTRE UTILES.

Personne ne veut d'un ami robot qui le suit toute la journée pour lui dire de manger mieux ou de se ramasser. Nous voulons des robots qui peuvent cuisiner, nettoyer et nous apprendre des choses.



4. ILS DOIVENT ÊTRE POLYVALENTS.

Fabriquer un robot requiert des matériaux coûteux. Il est plus pratique et rentable de concevoir un robot qui exécute plusieurs tâches et nous offre un luxe extraordinaire: du temps.



L'IA, QU'EST-CE QUE C'EST FINALEMENT ?

[INDICE: CE N'EST PAS UN ROBOT]

Les impacts et les opportunités inhérentes à l'intelligence artificielle—qui pourrait bien être à l'origine d'une nouvelle révolution industrielle—restent à définir même pour les plus grands penseurs du domaine.

C2 et Element AI ont organisé cette année leur tout premier Forum Intelligence artificielle. Pour expliquer les fondements de cette discipline émergente, les chercheurs, technologues, penseurs et entrepreneurs de l'IA invités nous a donné un aperçu des possibilités que l'avenir nous réserve. Ils nous ont également offert leur définition de l'IA.



INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
BRANCHE DE L'INFORMATIQUE
AYANT POUR OBJET L'ÉTUDE DU
TRAITEMENT DES CONNAISSANCES
ET DU RAISONNEMENT HUMAIN.

APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE
PROCESSUS PAR LEQUEL UN
ORDINATEUR ACQUIERT DE
NOUVELLES CONNAISSANCES EN
TENANT COMPTE DES RÉSULTATS
ANTÉRIEURS.

APPRENTISSAGE PROFOND
ENSEMBLE DE MÉTHODES
D'APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE
FAISANT APPEL À DES RÉSEAUX
DE NEURONES ARTIFICIELS QUI
IMITENT LE CERVEAU HUMAIN.

Les machines ne font pas (encore) le poids

Oubliez Skynet et Terminator. Selon le cofondateur d'Element AI, Yoshua Bengio, nous sommes encore très loin de répliquer l'intelligence humaine.

VOICI LE GENRE DE SCÉNARIO QUE L'IA EST
EN MESURE DE COMPRENDRE AUJOURD'HUI:

SAM ENTRE DANS LA CUISINE.

SAM PREND UNE POMME SUR LA TABLE.

SAM SE REND DANS LA CHAMBRE.

SAM DÉPOSE LA POMME.

OÙ EST LA POMME? DANS LA CHAMBRE.



L'IA est au stade embryonnaire

Cela dit, la recherche progresse à vive allure. Yoshua, prétend que même si nous mettions un frein à la recherche aujourd'hui, il nous faudrait encore dix années pour tirer profit de tout le progrès et de tous les outils que nous avons développés à ce jour.

L'intuition, le prochain jalon

Pour l'heure, les algorithmes permettent uniquement de créer une intelligence superficielle capable d'apprendre sous la supervision structurée d'êtres humains. C'est exactement ce que les chercheurs tentent de changer en développant l'apprentissage profond. Steve Wozniak, le cofondateur d'Apple, croit que les humains ont encore quelques longueurs d'avance sur l'IA.

« L'IA est difficile à définir », a-t-il affirmé sous le Grand chapiteau 360. « Ce n'est pas comme un cerveau humain. C'est plutôt une fonction spécialisée qui suit des instructions précises. Nous sommes à des années-lumière de l'*intuition artificielle*, qui nous permettrait de répliquer la faculté qu'a l'homme d'identifier un problème à résoudre et de choisir la meilleure méthode pour le faire. »

L'IA peut effectuer la plupart de nos tâches

Grâce à une nouvelle avancée dans le domaine de l'apprentissage profond, il est désormais possible d'enseigner aux machines diverses notions, que ce soit les mathématiques de sixième année ou la logique computationnelle, en se servant des mêmes méthodes d'enseignement actuellement employées dans nos écoles. On appelle ça le *curriculum learning*, ou l'apprentissage par expériences. Selon des scientifiques comme Yoshua, cette technique pourrait un jour nous permettre de répliquer les tâches et les connaissances réservées à l'homme.

« Il n'y a aucune raison de croire que nous ne serons pas capables de comprendre les principes qui définissent l'intelligence, et de construire des machines selon ces principes. »

Qui a parlé de robots ?

Est-ce qu'en entendant parler de l'IA, vous vous dites que vous aurez bientôt votre propre R2-D2 ? Au risque de vous décevoir, nous n'en sommes pas encore là. Les robots sont simplement des coquilles vides qui interprètent le code qu'on leur fournit. Si ce code peut apprendre et s'améliorer de façon autonome, on parle alors d'IA, mais ce genre d'intégration n'est pas encore réalisable.



BRÈVE HISTOIRE DE L'INFORMATIQUE

La vision qu'a Naveen Rao pour l'IA nous ramène aux origines de l'informatique. « Nous avons toujours conçu des ordinateurs avec une intention en tête », raconte le neuroscientifique et concepteur de systèmes informatiques. Pendant que son équipe chez Intel s'affaire à trouver de nouvelles façons de déployer concrètement des processus d'apprentissage profond, il nous a parlé en détail de l'évolution de l'informatique.



Naveen G. Rao

VICE-PRÉSIDENT ET
DIRECTEUR GÉNÉRAL,
ARTIFICIAL INTELLIGENCE
PRODUCTS GROUP CHEZ [INTEL](#)
[@NAVEENRAO](#)

« [L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE] PEUT
RÉSoudre N'IMPORTE QUEL PROBLÈME
DE DONNÉES, ET AUJOURD'HUI, IL N'Y A
QUE ÇA, DES PROBLÈMES DE DONNÉES. »



Le saviez-vous ?

DÉJÀ EN 1965,
ON AVAIT PRÉDIT
L'AUGMENTATION
EXPONENTIELLE DE
LA PUISSANCE DE
TRAITEMENT DES
ORDINATEURS (ET
LA RÉDUCTION DES
CÔÛTS). REGARDEZ
LA [VIDÉO D'INTEL](#)
SUR LES 50 ANS DE
LA LOI DE MOORE.



L'écosystème canadien de l'IA en chiffres

160+ STARTUPS
SPÉCIALISÉES EN IA

15 GROUPES DE
RECHERCHE MAJEURS

1 300+ CHERCHEURS
ET COLLABORATEURS

1 MILLIARD\$ EN
INVESTISSEMENTS PUBLICS
ET PRIVÉS EN 2016

800 ÉTUDIANTS AU
DOCTORAT EN VOIE
D'OBTENIR LEUR DIPLÔME



Que prédit Naveen ? « Je crois que le risque que l'IA anéantisse notre civilisation est plutôt faible. »



LA RÉVOLUTION SERA VOLONTAIRE

Les avancées en intelligence artificielle nous amènent en territoire inexploré. Quelle est notre place parmi l'IA ? Comment exploiter ces nouvelles possibilités ?



Jean-François Gagné

COFONDATEUR ET PDG,
ELEMENT AI
@JFGAGNE

Prof. Yoshua Bengio

COFONDATEUR, ELEMENT AI, ET DIRECTEUR,
INSTITUT DES ALGORITHMES D'APPRENTISSAGE DE MONTRÉAL



Bonnes nouvelles

UN INVESTISSEMENT DE 102 MILLIONS \$ POUR ELEMENT AI

« NOUS EN SOMMES AU TOUT DÉBUT DE L'IA, CE QUI SIGNIFIE QUE L'ON PEUT ENCORE FAÇONNER L'AVENIR. NOUS POUVONS EN PROFITER POUR INSPIRER UN CHANGEMENT POSITIF SUR LE PLAN INDIVIDUEL, MAIS AUSSI SUR LE PLAN COLLECTIF. »

— JEAN-FRANÇOIS GAGNÉ

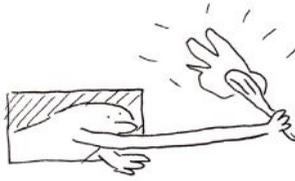
Un nouveau genre de révolution industrielle

Quand Jean-François Gagné et le professeur Yoshua Bengio ont cofondé Element AI, l'IA elle-même était quelque peu sous-estimée. Les étudiants de Yoshua refusaient de participer à ses projets de recherche, pourtant révolutionnaires, et JF sentait l'intérêt de son auditoire s'envoler chaque fois qu'il mentionnait l'IA. À peine quelques années plus tard, la situation a changé complètement. Aujourd'hui, ils sont à l'avant-garde d'une révolution industrielle entièrement nouvelle—une révolution centrée sur l'expansion de nos fonctions cognitives, et non sur celle de nos fonctions mécaniques. Nul doute qu'elle transformera la société en entier.



EN SAVOIR PLUS

Découvrez comment Yoshua contribue à créer le plus important regroupement de chercheurs en IA dans le monde. Visualisez l'écosystème canadien de l'intelligence artificielle grâce à la carte révélée par JF sur la scène de C2.



Programmer l'intuition

Selon Yoshua, l'intelligence se traduit par l'habileté de prendre de bonnes décisions dans une variété de contextes; c'est une question de savoir. Pourtant, depuis les années 1950, les chercheurs peinent à répondre à une question : comment inculquer le savoir aux ordinateurs ? Pendant des décennies, ils se sont concentrés à leur bourrer le boîtier de savoir encyclopédique. Or, d'après Yoshua, une grande partie du savoir est intuitive : nous devons donc laisser les ordinateurs acquérir le savoir d'eux-mêmes. Voici ce qu'il leur faut pour y parvenir :

1. Des données... des *tonnes* de données.
2. Des modèles flexibles capables de s'adapter aux différentes sources et structures de données.
3. Une bonne puissance de calcul pour traiter toutes ces données.
4. Une bonne efficacité de calcul afin de fournir des réponses rapidement.
5. De puissants modèles et principes afin de structurer le savoir et le contexte, pour que l'ordinateur puisse identifier un chat sans avoir besoin de son ADN.

Besoin de nouvelles stratégies

Puisque les grandes entreprises continuent de monopoliser la majeure partie des talents et des ressources nécessaires pour développer l'IA, le risque d'élargir le fossé social, économique et technologique s'accroît, explique JF. L'écosystème en entier doit œuvrer de façon proactive afin de créer une structure de l'IA profitable à tous.

STARTUPS

Perturbez, renforcez et créez de nouveaux marchés et de nouvelles industries.

GOUVERNEMENTS

Investissez dans la recherche, encouragez le talent et mettez sur pied des politiques qui puissent nous aider à explorer et à comprendre notre rapport avec les machines.

ENTREPRISES

Posez des questions, engagez des conversations et décidez de la façon dont vous voulez interagir avec les machines dans les prochaines années.

« UNE PERSONNE PEUT ÊTRE TRÈS INTELLIGENTE DANS UN DOMAINE, MAIS TRÈS STUPE DANS UN AUTRE — C'EST UN PEU À ÇA QUE RESSEMBLE L'IA EN CE MOMENT. »



PROGRAMMER LA MORALITÉ

Alors que l'IA brouille la frontière entre les machines et l'humanité, notre instinct nous pousse à vouloir mieux comprendre ce que c'est d'être humain. Selon Blaise Agüera y Arcas de Google, l'exercice est frivole et dangereux : il nous limite à une vision binaire de l'homme contre la machine. Il nous empêche aussi de contempler les enjeux importants : l'emploi, la confidentialité, la santé et la démocratie, en plus de permettre aux préjugés les plus tenaces de persister.

Blaise Agüera y Arcas

DIRECTEUR DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, [GOOGLE](#)
[@BLAISEAGUERA](#)

Nos préjugés à l'œuvre

Pour mieux comprendre les implications d'une « robo-éthique », Blaise mentionne neuf points sur lesquels nous devrions nous pencher. La robo-éthique est un terme inventé par [Gianmarco Veruggio](#) servant à décrire « la moralité de la conception, de la fabrication et de l'utilisation par l'homme des robots et autres êtres doués d'intelligence artificielle. »

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1. CHÔMAGE | 5. ROBOTS RACISTES |
| 2. INÉGALITÉ | 6. SÉCURITÉ |
| 3. HUMANITÉ | 7. GÉNIE MACHIAVÉLIQUE |
| 4. STUPIDITÉ ARTIFICIELLE | 8. SINGULARITÉ |
| | 9. DROITS DES ROBOTS |

En tant que maîtres de la destinée de l'intelligence artificielle, nous devons faire face à des vérités qui ne sont pas toujours faciles à s'avouer : nous sommes à l'origine de la stupidité artificielle, du racisme, de l'inégalité et de la méchanceté.

Devrions-nous donc mettre l'IA sur la glace en attendant de mieux comprendre son potentiel et les dommages qu'elle pourrait causer ? Blaise n'est pas de cet avis, puisque la compréhension risque de ne rien y changer de toute manière.

« C'est peut-être pessimiste de ma part, mais j'ai l'impression que nous avons une tendance néfaste à vouloir toujours tout expliquer et tout comprendre. Je pourrais vous donner une tonne d'exemples de comportements qui sont tout sauf explicables. »





Qui programme qui ?

Nous ne sommes pas les seuls à faire de la programmation. Les données jouent un rôle clé dans la définition des préjugés humains.

Pensez aux algorithmes de Facebook : nos clics, nos mentions J'aime et le nombre de vues ont appris à l'intelligence artificielle de Facebook que nous répondons surtout aux émotions extrêmes. Le résultat de cet apprentissage, c'est que nos fils de nouvelles et notre environnement numérique se remplissent de contenus polémiques qui sont très peu nuancés. Cet effet s'amplifie avec le temps, et les conséquences peuvent en être dangereuses.

« Lorsqu'on conçoit des programmes, il faut toujours garder en tête que ce ne sont pas seulement les machines qui sont programmées, nous le sommes aussi. Il s'en faudrait de très peu pour que tout ça dérape ».

« NOUS NE POUVONS PAS FAIRE MARCHÉ ARRIÈRE. TENTER DE CONTRÔLER OU DE LIMITER LES DONNÉES GÉNÉRÉES PAR L'IA EST FUTILE. NOUS DEVONS ÉTABLIR NOS VALEURS ET DÉCIDER COMMENT NOUS ALLONS BÂTIR UNE SOCIÉTÉ JUSTE ET ÉQUITABLE. »



L'HEURE EST À LA RÉGLEMENTATION

En décembre 2016, l'administration Obama a publié « [AI, Automation and the Economy](#) », un document d'orientation sur les façons dont l'IA va transformer notre économie au cours des prochaines décennies. Depuis, d'autres pays planchent sur des initiatives similaires afin d'encadrer le bien-être collectif, l'éthique et les marchés de l'emploi en réponse aux plus récentes avancées technologiques.

Les organes législatifs, souvent lents à s'adapter aux avancées technologiques, font craindre que l'intelligence artificielle évolue trop rapidement pour être adéquatement réglementée et surveillée. Comment faire pour encadrer une réalité que nous n'avons même pas encore conceptualisée ?

Dominique Gautier

ASSOCIÉ SENIOR,
ROLAND BERGER
[@DOUMGAUTIER](#)

Terah Lyons

ANCIENNE CONSEILLÈRE,
WHITE HOUSE OFFICE
OF SCIENCE AND
TECHNOLOGY POLICY
[@TERAHLIONS](#)

Transcender les frontières

Ce qui est clair, c'est que l'effort devra venir de plusieurs angles. Contrairement aux valeurs et aux intérêts, les données ne sont pas définies par la géopolitique et la culture. Terah Lyons, ancienne conseillère de Barack Obama en matière de politique sur l'IA, indique que l'une des premières étapes dans la création d'une politique globale consiste à inclure le plus grand nombre de voix possible.

« Les pays peuvent expérimenter seuls, mais ces enjeux ont un impact sur l'humanité tout entière et nous devons les affronter ensemble. »

Les organisations de gouvernance comme l'ONU et le G20 pourraient aider à gérer ces enjeux et à utiliser l'IA comme rameau d'olivier pour rapprocher les nations.



À LIRE

Terah faisait partie du sous-comité sur l'apprentissage automatique et l'intelligence artificielle du National Science and Technology Council sous la présidence d'Obama. Elle a notamment contribué au rapport « [Preparing for the Future of Artificial Intelligence](#) », qui peut être consulté en ligne.

« LE FUTUR EST DÉJÀ LÀ. IL EST GRAND TEMPS DE RÉFLÉCHIR À COMMENT EXPLOITER LE PLEIN POTENTIEL DE L'IA TOUT EN PRÉSERVANT NOTRE SYSTÈME SOCIAL. »

— DOMINIQUE GAUTIER

Au nom de la diversité

Les gouvernements ne doivent pas être les seuls à imposer de nouveaux cadres. Le secteur privé, les syndicats et la société civile doivent aussi y mettre du leur. Surtout en ce qui a trait à la diversité et à l'inclusion, selon Terah. La venue de l'IA représente une occasion en or pour les entreprises de rappeler à leurs équipes que les femmes et les minorités avaient été laissées pour compte lors des booms technologiques précédents.

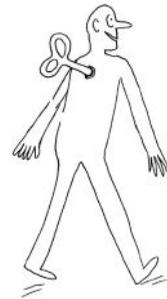
Préparer le terrain

Même si les plus importantes percées dans le domaine de l'IA sont encore à venir, des mesures immédiates s'imposent.

« La technologie n'est pas un destin tracé d'avance », souligne Terah. Nous avons le pouvoir de décider comment elle changera la société.

À l'aube d'une transformation radicale de notre façon de travailler, de communiquer et de nous déplacer, les statistiques démontrent que 86 % des Canadiens et Canadiennes ne saisissent pas vraiment toutes les implications de l'IA.

Parmi eux se trouvent ceux qui édicteront les politiques, restructureront les entreprises, enseigneront aux enfants, fourniront les services sociaux et chercheront du travail. Il est grand temps que cette conversation ait lieu.



L'IA POUR LIBÉRER NOTRE CRÉATIVITÉ

Quelles conséquences la révolution technologique cognitive aura-t-elle sur la créativité? Quelles tâches seront encore réservées à l'homme? L'IA a le potentiel de révolutionner le travail créatif, mais selon les experts d'IVADO et du Google Brain Group, il faut d'abord apprendre à penser autrement.

Valérie Bécaert

DIRECTRICE EXÉCUTIVE, IVADO
@VBECAERT

Caroline Pernelle

INGÉNIEURE ET CHEF DE PROJET,
IVADO
@CAR0866

Benoit Perreault

GRAPHISTE ET DESSINATEUR
D'ANIMATION
@BEN_PERREAULT

Hugo Larochelle

CHERCHEUR,
GOOGLE BRAIN GROUP
@HUGO_LAROCHELLE

Place à l'esprit

L'IA et la robotique sont en voie de nous libérer de nos tâches répétitives quotidiennes, affirme Caroline Pernelle. Il suffit de les utiliser à bon escient pour rendre nos vies plus agréables.

Pendant que les machines traitent des tonnes de données, analysent des océans de mégaoctets et gèrent les chaînes d'assemblage, les humains auront plus de temps pour faire ce qu'ils font de mieux: créer, conceptualiser, raisonner, rêver.

Un petit nouveau dans l'équipe

Comme l'a fait remarquer un participant à cet atelier, les drones sont de plus en plus présents dans les événements. Autrefois, il était pratiquement impossible de prendre des photos aériennes ou de surveiller la foule des airs. La technologie n'existait tout simplement pas.

Peu importe les gadgets que l'avenir nous réserve, il faut garder l'esprit ouvert et commencer à réfléchir aux tâches que l'IA et les robots peuvent nous aider à exécuter, et à accepter leur collaboration avec bienveillance. « Le gros obstacle pour l'IA, c'est l'émotion », déclare Ashley Stephens, une participante à C2. « Lorsque cet obstacle aura été surmonté, l'IA fera partie de l'équipe. »



Innovation en grappes

AU SUJET DU BUDGET 2017,
VALÉRIE BÉCAERT D'IVADO
AFFIRME ÊTRE RAVIE DE
VOIR LE GOUVERNEMENT
FÉDÉRAL INVESTIR DANS LES
SUPERGRAPPES D'INNOVATION.

Qu'est-ce que ça change ?

Voici comment les participants ont imaginé les changements que l'IA apportera dans leur domaine.

	ART	SCIENCE	ÉDUCATION	COLLECTE D'INFORMATION
CE QUI NE VA PAS CHANGER	<ul style="list-style-type: none"> + Émotion + Impulsion créatrice + Conceptualisation + Processus créatif 	<ul style="list-style-type: none"> + Contrôles par les pairs + Rigueur éthique + Attribution de valeur 	<ul style="list-style-type: none"> + Dialogue en classe + Émotion + Sentiments + Passion pour l'apprentissage + Sciences humaines et littérature + Importance de la contextualisation 	<ul style="list-style-type: none"> + Aller à la source + Raconter + Classer et synthétiser les renseignements émotionnels + Intuition + Suivre des pistes + Trouver les sujets
CE QUI VA CHANGER	<ul style="list-style-type: none"> + Bouleversement des frontières artistiques + Processus hybride + Nouveaux outils artistiques + Propriété intellectuelle 	<ul style="list-style-type: none"> + Prédications + Accélération de la méthode scientifique + Recherche interdisciplinaire + Tests en laboratoire + Gestion des connaissances + Outils de validation + Erreur humaine 	<ul style="list-style-type: none"> + Rôle de l'enseignant : accompagnateur + Personnalisation de l'apprentissage et de l'éducation + Expériences d'apprentissage sur mesure + Éducation plus abordable et accessible 	<ul style="list-style-type: none"> + Prédire les nouvelles + Identifier les tendances + Journalisme élémentaire + Vérifier les faits + Renforcer le besoin d'objectivité + Renforcer le besoin d'autorisation + Trouver et relier les informations de base

L'IA POURRAIT-ELLE RENDRE LES SOINS DE SANTÉ PLUS HUMAINS ?

Pour la plupart d'entre nous, l'IA demeure aujourd'hui un concept vague et intangible. Tout le contraire de la santé, un fait bien réel et universel. C'est pourquoi, en matière de santé et d'intelligence artificielle, le Dr Jonathan Kanevsky nous considère tous comme des experts.

Dans le cadre de cet atelier, on a exploré ce que les soins de santé pourraient devenir dans un avenir pas si lointain.

« SI VOUS AVEZ DÉJÀ ÉTÉ MALADE, VOUS ÊTES DÉJÀ UN EXPERT. »

Dr Jonathan Kanevsky

RÉSIDENT, DÉPARTEMENT DE CHIRURGIE PLASTIQUE ET RECONSTRUCTIVE, UNIVERSITÉ MCGILL
@JONKMD

FAIT INCONTOURNABLE :

L'IA, c'est avant tout des données

Quels domaines en bénéficieront ?

- + Tests en laboratoire
- + Imagerie
- + Génétique
- + Dossiers de santé
- + Tests d'E.E.G
- + Antécédents familiaux
- + Pathologie
- + Données biométriques
- + Données concernant le mode de vie
- + Conversations avec les médecins

Maintenant, imaginez que...

Après une fin de semaine passée avec votre mère qui prend de l'âge, vous la trouvez plus distraite qu'auparavant. Se pourrait-il que ce soit les premiers signes de la maladie d'Alzheimer ?

Un week-end de ski a mal tourné, et vous voilà avec une fracture de la jambe. Que faire maintenant ?

Vous êtes une femme de 65 ans qui a fumé un paquet de cigarettes par jour pendant des décennies. Tout à coup, vous vous mettez à cracher du sang lorsque vous tousssez. Serait-ce le cancer ?





L'IA pourra-t-elle aider votre expérience ou lui nuire ?

Voici quelques réflexions des participants à cet atelier :

+

Aider

- + Le diagnostic sera probablement plus rapide et moins intrusif, sans qu'il soit affecté par le manque de personnel et ses longues heures de travail.
- + L'IA créerait un bassin grandissant de données, fournissant ainsi plus de données pour de futurs diagnostics, et des diagnostics plus justes grâce à un plus vaste ensemble de données.
- + Les médecins passeront moins de temps à lire les scans et plus de temps à interagir avec chaque patient individuellement.
- + Grâce à un tri plus efficace, une meilleure idée des tests requis et des plans de traitement plus rapides, l'ensemble du système de santé serait plus performant.
- + L'IA pourrait probablement déceler des constantes et des anomalies qui seraient difficilement détectables par l'œil humain.
- + L'IA pourrait réduire le nombre d'années de formation nécessaire pour certaines branches de la médecine, et nous donner ainsi accès à plus de médecins et de spécialistes.
- + Nous pourrions axer les efforts en matière de soins de santé sur l'éducation et la prévention d'affections préexistantes.

×

Nuire

- × Est-ce que des préconceptions pourraient entraîner un mauvais diagnostic ?
- × Et si la prise constante de mesures et de suivis entraînait une perte de dignité et d'un sentiment de normalité ?
- × Comment les médecins généreraient-ils le fardeau éthique inhérent à l'interprétation de données problématiques, comme de fortes prédispositions génétiques ?
- × Comment protéger la confidentialité de renseignements aussi délicats ?
- × Serions-nous en mesure de reconnaître et de diagnostiquer de nouvelles maladies ?
- × Que nécessiterait le fait de devoir former de nouveau les médecins pour travailler avec l'IA ? En viendraient-ils à la longue à oublier leurs compétences essentielles ?
- × Comment éviter la discrimination de la part des assureurs ?



NOUVELLES ORDONNANCES DE L'IA

Les chercheurs du domaine de la santé se servent de l'IA pour trouver de nouvelles utilisations à des médicaments existants et pour les rendre accessibles aux patients plus rapidement.

La plus grande clinique de Toronto spécialisée dans le traitement de la maladie de Parkinson utilise la plateforme d'IA Watson pour analyser 15 000 médicaments déjà en circulation, afin de trouver ceux qui pourraient aider les patients atteints de la maladie. (L'utilisation hors-indication de médicaments ne date pas d'hier, mais cette nouvelle façon de repérer les usages potentiels est carrément révolutionnaire.)

En deux mois à peine, Watson a trouvé six médicaments concordants dont deux passeront aux essais cliniques cette année. Si l'on compare cette nouvelle façon de faire aux anciennes méthodes, on comprend vite pourquoi ces résultats sont si impressionnants.

Nathalie Le Prohon

VICE-PRÉSIDENTE DU
SECTEUR SANTÉ,
IBM CANADA
@NATHLEPRO

« AUCUN
NOUVEAU
MÉDICAMENT
POUR LA
MALADIE DE
PARKINSON
N'A ÉTÉ
COMMERCIALISÉ
DEPUIS 50 ANS.
LE DERNIER
REMONTE AUX
ANNÉES 1960. »

L'ancienne façon de trouver de nouveaux médicaments

10 ans

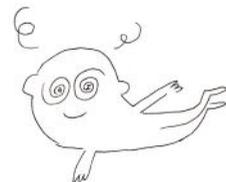
Il faut au moins 10 ans pour découvrir un nouveau médicament.

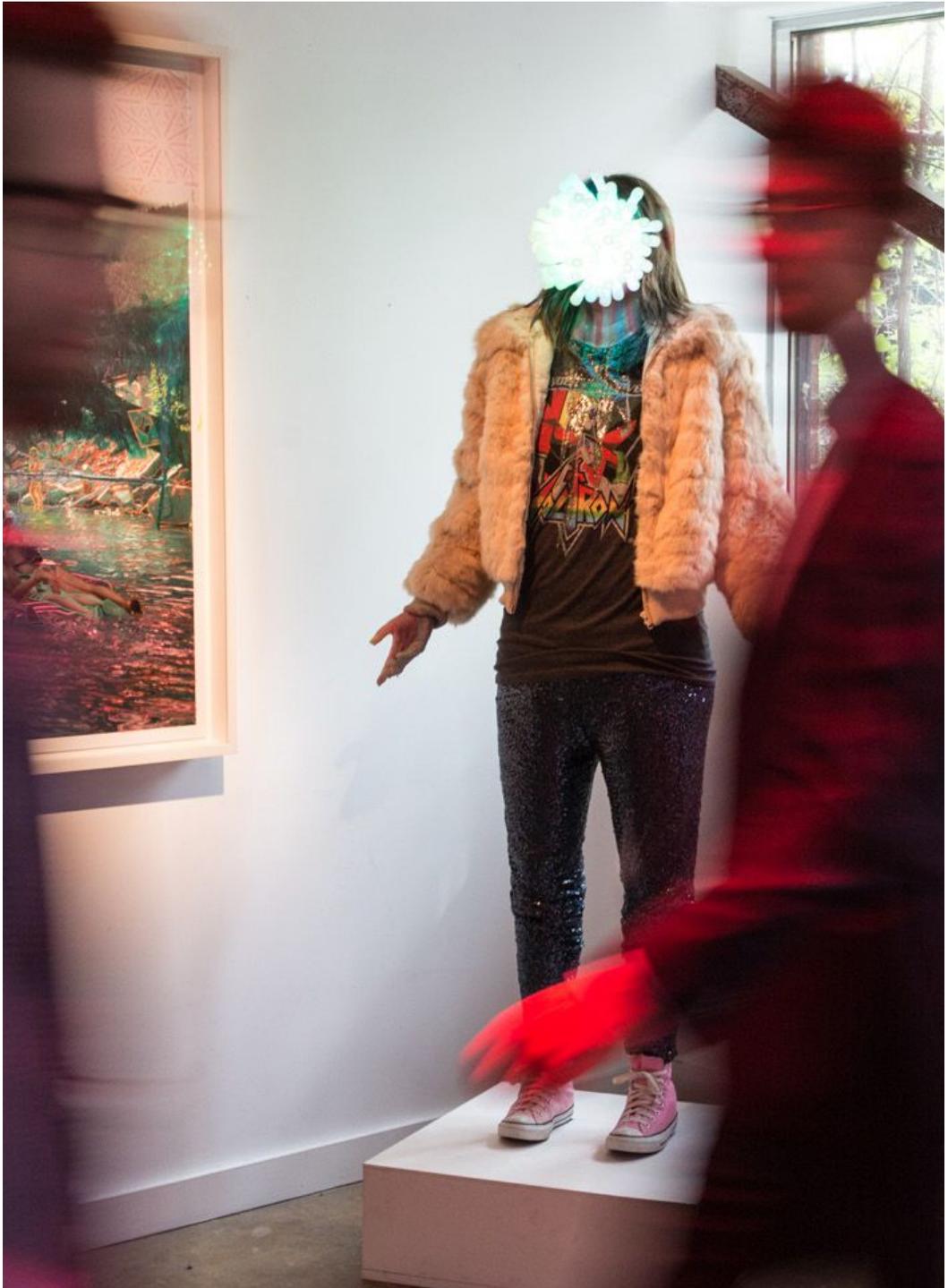
1 : 10 000

1 médicament sur 10 000 se rend au stade des essais cliniques.

1 milliard \$

Il en coûte 1 milliard \$ pour commercialiser un seul médicament.





THE LIGHTSHOW SARAH ANNE JOHNSON, 2016
PRÉSENTÉ PAR ARSENAL

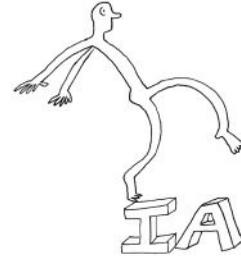
MIKAEL THEIMER



BIEN PENSER VOTRE PROJET D'IA

Il peut être tentant de voir l'intelligence artificielle comme une panacée à tous vos problèmes d'affaires, mais prenez garde : l'IA peut être capricieuse et dispendieuse, en plus de nécessiter un talent et une expertise technologique qui ne courent pas les rues.

Avant d'y investir temps et argent, voici quelques questions à vous poser, gracieuseté du cofondateur d'Element AI, Jean-François Gagné.



- + DE QUELLES DONNÉES AUREZ-VOUS BESOIN ?
- + COMMENT LES HUMAINS INTERAGIRONT-ILS AVEC VOTRE IA ?
- + L'IA VOUS DONNERA-T-ELLE UN AVANTAGE CONCURRENTIEL ?
- + BOULEVERSERA-T-ELLE VOTRE SECTEUR D'ACTIVITÉ ?
- + VOUS PERMETTRA-T-ELLE DE CONQUÉRIR DE NOUVEAUX MARCHÉS ?







Brad Keywell

PDG, UPTAKE
@BRADKEYWELL

« JE VOUS METS AU DÉFI D'ÉCOUTER VOS SENS, DE FAIRE ABSTRACTION DU BRUIT AMBIANT. »

Après un cuisant et démoralisant échec en affaires au début de sa carrière d'entrepreneur, Brad Keywell s'est retroussé les manches et a appris à suivre ses intuitions. « Rien ne sert de s'apitoyer sur le passé. Il faut plutôt se tourner vers l'avenir. »

Dans le cas de Brad, l'avenir était plutôt souriant. Il a depuis fondé 14 entreprises (deux d'entre elles étant inscrites au NASDAQ, dont Groupon) employant plus de 15 000 personnes dans le monde entier.





📷 ALLEN MCEACHERN









DIGITAL SKIN MATEO MOUNIER, MONTRÉAL (2016)
PRÉSENTÉ PAR CHROMATIC





Building a better
working world

FAVORISER LA CROISSANCE DANS UN MONDE NUMÉRIQUE

QUELQUES LEÇONS D'INNOVATION REALIZED 2017

En avril dernier, sous deux chapiteaux piqués sur un quai près de San Francisco, Innovation Realized 2017 (IR17) a réuni plus de 250 chefs de l'innovation, de la stratégie et du numérique, ainsi que des penseurs et des agents de changement en provenance de 20 pays. Ensemble, ils ont tenté de répondre à une question brûlante : comment les bouleversements en innovation peuvent-ils stimuler la croissance dans un monde numérique globalisé ?

Organisé par EY en collaboration avec C2, IR17 a été conçu pour provoquer la discussion et créer les relations nécessaires pour se préparer aux exigences du monde des affaires d'aujourd'hui et de demain. Pour ce faire, les participants ont exprimé le besoin d'adopter une approche à deux volets qui intègre des facteurs en apparence opposés.

Automatisation et capacité humaine

Intelligence artificielle, Internet des objets et *blockchain* ne sont que quelques-unes des technologies contemporaines qui transforment le monde en réduisant les frictions et les inefficacités du marché. Et elles permettent aux entreprises de développer de nouveaux produits et services qui interpellent les consommateurs.

Mais dans la course à l'innovation, à l'automatisation et à la rationalisation, les entreprises doivent être conscientes des conséquences humaines de ces tendances, et cesser de penser « robot ou humain » pour adopter une culture intégrant « robot et humain ».

L'évolution des technologies numériques devrait prendre la forme d'un partenariat pour lequel les humains et l'automatisation collaborent vers un but commun, celui d'utiliser l'intelligence artificielle pour augmenter les capacités humaines.



VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?

Plongez-vous dans le [magazine IR17](#)

Après tout, les humains possèdent une faculté que les machines n'auront jamais : l'imagination et la créativité de relier ce qui semble déconnecté.

Organisations et organismes

Comme tout organisme, les entreprises doivent posséder un certain nombre de récepteurs pour percevoir le marché dont ils font partie. Et tout comme un être humain se fie sur des milliards de bactéries pour créer un écosystème physiologique fonctionnel et unique, les entreprises doivent être perméables à l'innovation et aux innovateurs extérieurs pour performer et se distinguer. Demandez-vous : comment votre organisation peut-elle devenir un organisme hôte pour l'innovation ?

Saisir l'avantage du changement : une double-stratégie

Les bouleversements se succèdent à un rythme inégalé. Les organisations doivent donc adopter une double-stratégie. D'une part, elles doivent se transformer à la lumière de la technologie actuelle pour bien fonctionner à l'ère numérique. D'autre part, elles doivent se positionner de manière à saisir les avantages des ruptures numériques qui se présenteront inévitablement.



Quel est l'avenir du futur ?

EYQ est un *think tank* d'EY qui génère des perspectives d'avenir originales et innovatrices à travers des séries de contenu, de rencontres et de discussions.

EYQ aide les organisations à saisir les avantages de la disruption en générant de nouvelles réflexions et en rassemblant les secteurs privé, public et universitaire pour secouer les pensées, changer les perceptions et concrétiser le changement.

En posant de meilleures questions sur les mégatendances et autres agents de transformation qui façonnent l'économie mondiale, nous récoltons de meilleures réponses.





VOS MOMENTS EURÊKA



Dans le sondage sur votre expérience à C2 Montréal, des milliers d'entre vous ont eu la gentillesse de répondre à la question la plus importante de toutes :

« QUEL EST LE CONSEIL OU L'IDÉE QUE VOUS PARTAGEREZ AVEC VOTRE ÉQUIPE DÈS LUNDI MATIN, APRÈS VOTRE EXPÉRIENCE À C2 MONTRÉAL ? »

Voici les principaux points que vous avez partagés avec nous, ainsi que quelques-unes de nos réponses favorites :



Soyez humain...

Ne jamais perdre de vue l'aspect humain des affaires. Il est temps de cesser de voir le client comme un acheteur et l'employé comme une ressource. Il faut plutôt les considérer comme des gens, avec toute la complexité que cela implique.

Remettre l'humain au premier plan, c'est essentiel.

Il faut arrêter de réfléchir uniquement avec notre tête et le big data. La beauté et les émotions sont générateurs de changements. ([Dror Benshetrit](#))



... parce que les machines vont prendre le dessus

L'intelligence artificielle est omniprésente, dans tous les secteurs.

L'intelligence artificielle, c'est bien plus que des voitures sans conducteur.

Comment l'intelligence artificielle peut-elle être utilisée dans de plus petites entreprises ne disposant pas d'énormément de données ? Les entreprises doivent analyser avec précaution les possibilités d'apprentissage de l'IA avant de mettre leur système en opération.

Les machines sont programmées pour utiliser une méthode spécifique, mais seul l'humain peut décider de cette méthode.



Soyez authentique

La capacité de voir chaque problème à travers le prisme des émotions est une force en affaires, et non une faiblesse.

Il faut se lancer, faire ce qui nous passionne. C'est la seule manière d'accomplir de grandes choses.

La transparence est novatrice.



La collaboration favorise l'innovation...

Partageons nos connaissances au lieu de les garder chacun pour soi.

La collaboration est plus profitable que la compétition.

« Il faut un village pour élever une startup. » ([Harley Finkelstein](#))

Il faut encourager tout le monde à participer à la discussion, et leur dire que leur collaboration et leurs commentaires sont importants.



... et les collisions aussi.

Nous avons tous un « slash » dans nos services. ([Linda Boff](#))

Il est important de découvrir sous quels aspects les clients des autres grands noms de l'industrie sont insatisfaits.

Parfois, travailler créativement sur un problème que nous ne rencontrons pas habituellement dans notre travail peut nous aider à réfléchir à des manières d'attaquer nos propres problèmes avec créativité.



Remettez tout en question

De l'importance du travail de terrain : il faut comprendre quelque chose pour pouvoir avoir une opinion à son sujet. ([Amanda Hill](#))

Il faut retourner les questions qui nous sont posées, et ne pas croire d'emblée les réponses qu'on nous donne. Il faut réfléchir à l'information reçue.

L'importance grandissante de déjouer les biais inconscients.



Sortez de votre zone de confort

Changer d'environnement et déstabiliser ses sens est utile pour acquérir de nouvelles perspectives sur un défi ou un problème.

Le lab [Cie!](#) ! Tout le groupe a été sorti de sa zone de confort. Une petite dose de peur peut donner lieu à une grande discussion.

Organiser des activités simples, comme un repas, une promenade en bateau ou la construction manuelle de quelque chose.

Nous apprenons davantage lorsque nous avons l'esprit ouvert et osons nous mettre dans l'inconfort.



Prenez des risques

On peut innover peu importe notre département. Il faut simplement un peu de recul par rapport à notre méthode de travail. Le risque spontané se gère avec un minimum de lignes directrices.

Ne jamais hésiter à faire quelque chose qui nous donne des sueurs froides!



Bâtissez une culture et une structure fortes

L'importance de réussir à créer un sentiment d'appartenance des employés face à notre entreprise.

Après avoir écouté la conférence de Valérie Pisano à propos du talent et de la culture sur le lieu de travail, je partagerais définitivement ses façons innovatrices d'impliquer les employés et de s'assurer de leur satisfaction.

L'impact d'une culture d'équipe forte sur les résultats généraux d'une entreprise.



Lancez-vous

Tout est possible à qui a le courage de ses ambitions.

La différence entre une idée folle et la réalité, c'est l'audace! Essayons, expérimentons, donnons-nous le droit de rêver.

Si on ne saute pas, on ne saura jamais qu'on est en fait un écureuil volant...

Il faut expérimenter sans relâche, sans planifier de stratégie. Laissons le public nous dire ce qui fonctionne. (Laura Henderson)



Changez de lentille

On peut en apprendre beaucoup en abordant un problème par la gauche ou la droite, plutôt qu'en l'attaquant de face.

S'ouvrir les yeux et regarder ce qui se fait autour. Il y a tellement de belles choses.

Il faut diversifier les sources où l'on pêche des idées.

Maintenir une perspective plus large en toutes circonstances.

Pousser pour être créatif et voir les choses d'un autre œil! Faire des erreurs et ne pas avoir peur d'échouer!

Voir plus loin que le projet sur lequel on travaille. Quel est le contexte? Dans quelle ville sera-t-il implanté?



Trouvez votre but

L'importance de bien définir sa mission d'entreprise pour bien façonner sa culture.

L'importance de chercher dans notre travail au quotidien une motivation plus grande que le *brief*, les indicateurs de performance et le chèque de paie. La créativité peut et doit faire partie de l'équation pour améliorer la société.



Voyez grand...

Allons sur la lune! Il n'y a pas de limites!

Nous devons voir encore plus grand que notre imagination nous le permet en ce moment.



... mais pas trop

Aussi bizarre que ça puisse sonner, je retiens qu'il faut penser petit, local, car ce sont les expériences authentiques qui comptent.

Simplifier.

Repenser les détails autrement peut faire toute la différence.

La conférencière de GE m'a amené à penser à ma propre institution établie comme s'il s'agissait d'une startup. (Linda Boff)



De l'importance de la confiance...

Le concept de la confiance qu'on recharge, comme une pile. (Harley Finkelstein)



Le concept de la confiance qu'on recharge, comme une pile.

La majeure partie de ce que j'ai entendu durant la conférence a confirmé mes impressions sur ce qui peut être de bonnes manières d'atteindre nos objectifs d'entreprise.

Je peux dire à mon équipe que les méthodes et approches que notre entreprise utilise pour résoudre de vrais problèmes d'affaires ne sont PAS mauvaises ou étranges. Durant C2, j'ai pu remarquer que d'autres organisations utilisent des approches très semblables pour transformer les idées en solutions. (Ils les rendent peut-être simplement plus amusantes ou créatives.)

Notre plan d'innovation est sur la bonne voie. Certains le trouvent peut-être déroutant et inconfortable pour l'instant, mais cela nous confirme que nous sommes sur la bonne voie pour grandir. Il faut garder le cap et éventuellement, l'innovation sera la nouvelle norme.



Apprenez à raconter des histoires inspirantes

Les histoires rassemblent. Nous devons raconter notre histoire pour partager nos succès, inspirer l'innovation et nourrir notre humanité collective.

Utiliser le storytelling pour traduire des objectifs stratégiques, influencer les autres et obtenir l'appui d'actionnaires-clés ([Kyle Nel](#))

Les histoires changent les cœurs et les esprits— et ouvrent les portefeuilles. ([Ben Boyd](#))

En tant que marque, vous devez connaître votre voix. ([Mindy Grossman](#))

Le contenu en direct en ligne crée un effet de rareté qu'on peut utiliser pour raconter une histoire. ([Randi Zuckerberg](#))



Créez des expériences pertinentes

L'importance du son dans nos vies. ([Joel Beckerman](#))

« N'utilisez le design que s'il améliore l'expérience humaine. » ([Karim Rashid](#))

Bâtir des salles de créativité pour rencontrer nos clients... Faisons-leur vivre une expérience extraordinaire.



Sortez et faites de nouvelles rencontres !

Il faut toujours rencontrer de nouvelles personnes. Sortez de votre coquille et allez rencontrer des gens !



Soyez heureux

L'importance d'avoir du plaisir dans ce qu'on fait ([Steve Wozniak](#))



De l'importance de l'empathie

Se mettre dans les souliers de nos clients et penser de bas en haut plutôt que de haut en bas.



À propos du rôle des jeunes

Il faut davantage impliquer les jeunes.

Enseigner à nos enfants à être des créateurs d'emplois plutôt que des chercheurs d'emplois.

([Muhammad Yunus](#))



La réalité virtuelle, c'est quelque chose. On ne sait pas encore quoi, mais c'est quelque chose.

La réalité virtuelle s'installe définitivement. Il y a beaucoup d'intérêt dans ce domaine, notamment en matière d'innovation.



Tout le monde peut et devrait être créatif, peu importe l'industrie

En recrutant, il faut chercher des personnalités créatives, même en génie informatique.



À propos du rôle des affaires

L'innovation combine les affaires, l'art, la gastronomie, le design, la musique... les affaires font partie de la vie, donc les solutions aux enjeux cruciaux (le genre, les réfugiés, les changements climatiques) doivent passer par l'innovation.

Le monde des affaires fait partie du monde, il n'y a pas de distinction.

J'ai été époustouffé qu'une conférence sur la technologie et l'innovation se termine par un appel aux innovateurs à utiliser leurs talents pour résoudre la crise des réfugiés.



Nous nous trouvons à un point tournant

Le changement aujourd'hui est exponentiel. ([Kyle Nel](#))

Nous en sommes à un point tournant en tant que société. Avec un peu de chance, les nouvelles idées, les technologies et une meilleure compréhension et reconnaissance de ce qui motive réellement les employés et les équipes créeront des environnements de travail plus sains, créatifs et adaptatifs.

Nous sommes en train de redessiner le système d'opération du monde. ([Leonard Brody](#))



Ça se passe ici, à Montréal et au Canada

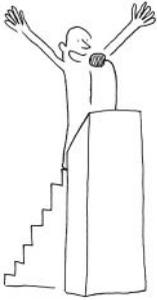
D'APRÈS CE QUE J'AI APPRIS DE MES RENCONTRES AVEC DES ENTREPRISES INTERNATIONALES À C2 MONTRÉAL, CETTE VILLE EST EN TRAIN DE DEVENIR LE CENTRE D'UN LEADERSHIP ÉCLAIRÉ EN MATIÈRE DE CRÉATIVITÉ, D'INNOVATION ET D'ÉVÉNEMENTIEL.

MONTRÉAL EST UNE VILLE DE CHOIX POUR LES STARTUPS.

L'AVENIR DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE EST AU CANADA, ET IL SE BÂTIT EN CE MOMENT-MÊME.

POUR EN SAVOIR PLUS, LISEZ CET ARTICLE DE *FORBES*: "[THERE'S AN AI REVOLUTION UNDERWAY AND IT'S HAPPENING IN CANADA.](#)"





Merci à tous nos précieux collaborateurs

Ceux qui ont facilité les labs, ateliers et classes de maître

Alice Niyizurugero
Amélie Desrochers
Anik April
Anne Lise Thoorens
Annie Gauthier
Annie Peyton
Benoit Perreault
Carole Rudzinski
Charles-Henri Paquette
Christophe Poirier
Claudine Larivière
Dina Dumenko
Dominique Randez
Émilie Brault
Fady Atallah
Fiona Wright
Ilias Benjelloun
Isabelle Masse
Jamie Benizri
Jean-François Lavallée
Josée Bélanger
Judith Charest
Julie Gouin
Justine Gagnon
Laure Cohen
Manuel Soto
Maryse Larose
Maxime Blackburn-Bouliane
Mélanie Lambert
Melissa Barrett
Myriam Presti
Nathalie Miller
Patrice Chessé
Philippe Prévost
Renée-Claude Paris
Roger Berthelod
Solime Gaboriault
Sonya Binette
Sylvain Rouillard
Sylvie Beausoleil
Véronique Carbonneau
Véronique Léonard

Ceux qui ont travaillé avec nous pour présenter des ateliers et classes de maître pertinents et inspirants

A+E Networks
AccelerateMTL
Ashoka Canada
Astrid Pruitt
BEworks
Blocksense
Poste Canada
car2go
Centre de simulation
et d'apprentissage
interactif Steinberg de
l'Université McGill
Connect&Go
Dror
Edelman
Element AI
Esplanade
EY
Gabriel L.B. Malenfant
Gigya
Gouvernement du Québec
GSOFT
Havas
HNI Canada/NUA
Ideas Box
IDEO
Jimmy Nelson
Lowe's Canada
Man Made Music
MaRS Discovery District
MB inc.
Michelin
Oxford Analytica
Philip Sheppard
Shopify
Shutterstock
Société de développement
Angus
Stingray
SYPartners
teamLab
The Globe and Mail Media
Group
The Radcliffe Foundation
ThinkHuman
Think Jigsaw
Twitter Canada
Université Concordia
Ville de Montréal
WISE
XPRIZE Foundation
... et leurs équipes

Forum IA

Accenture
Dialogue
Element AI
Fuzzy AI
Google
Maluuba
McGill
Institut des algorithmes
d'apprentissage de Montréal
... et leurs équipes

Ceux qui réalisent des choses, des images et des expériences magnifiques

Antonin Gaud
(Sarah & Antonin)
Arsenal
Affordance Studio
AlienWare
Ben Rubin, Ian Ardouin-Fumat
and the Center for Data Arts
C:Lab Laboratoire créatif
Champagne Club Sandwich
Chromatic
Code Souvenir
Design par Judith Portier
Edge Dimension
FlyPatt
HTC Vive
Illogika
Mathieu Emond
Myriam Girouard
Nicolas Fonseca
Pitoresk
Rhinocéros par Phi
PopupCamp
Sansar
Théo Gjini
Tobo Studio
Virtuo 360
X981 inc.
... et leurs équipes

Ceux qui nous aident à développer des expériences à la fine pointe de la tech

Ask PAM
e180
PixMob
Connect&GO
Zone Festival
... et leurs équipes

Les magiciens des coulisses

ASSISTANTS DE PRODUCTION —
OPÉRATIONS
Quentin Castellano
Jonathan Tep
Christian Roberge

COORDONNATRICE —
TRANSPORT
Line Daigneault

CHAUFFEURS
Frédéric Hary
Barry Werner
Michel Robert
Nicolas Céna
Jean Nadeau
Mona Fluet
Maxime Bonneau
Daniel Côté
Jimmy Bellemare
Patrice Hamel
Louis-David Thériault
Michel Deguire
Jean-François Tiefert
Chanie Bélanger

PAYSAGISTES
Antoine Bianchi
Bruno Fiorini
Francis Boileau
Santosh Lalonde
Maxime Labrecque
Daniel Deeds
Lionel Kaminski
Catherine Bélanger
Sarah Cusenier

ASSISTANTE —
SANTÉ ET SÉCURITÉ
Patti Flanagan

ASSISTANT CONCEPTEUR
ÉCLAIRAGE
Pierre-David Gravel

SONORISATEURS
Sylvain Gingras
Sylvain Guay
Jesse Léveillé
Patrick Paquet
Gaétan Bouffard

OPÉRATEUR WATCHOUT —
GRAND CHÂTEAU 360
Jimmy Lakatos

OPÉRATEURS — ÉCLAIRAGE
Benoit Gromko
Jonathan Lewis
Arnaud Belley-Ferris
Jonathan Dupuis
Julien Blais Savoie

CHEFS ÉLECTRICIENS —
PRODUCTION
Benoit Gromko
Michel Pilote

COORDONNATEURS —
LOGISTIQUE
Amélie Pichon
Emmanuel Grangé

MACHINISTES —
AMÉNAGEMENT
Benoit Vézeau
Carl Vesco
Charles Duclos
Christophe Lussier
Dany Côté
David Lessard
Donal MacCormack
Etienne Racicot
Félix Desmeules
Felix Labrie-Paquet
Gabriel Horth
Gilles Lebrasseur
Jean Bergeron
Jean-Philippe Roussin
Jerome Decis
Jo Flint
Luis Davila
Lysandre Boudreault
Marine Richard
Mario Horth
Marko Biron
Michael Lapointe
Mikael Tommi Morin
Olivier Birch
Pascal Pelletier
Pierre Olivier Parent

Roger Marier
Serge Lapierre
Sylvain Vézeau
Xavier Barbeau
Yoann Royer
Yohann Rose

MACHINISTES —
TECHNIQUE
Jean-Pierre Gallant
Thierry Poirier
Jean-François Lapointe
Nicholaus Burns
Dany Prévost

CHEFS MENUISIERS —
SCÉNOGRAPHIE
Jean-François Dugas
Cristelle Boudreau

MENUISIERS —
SCÉNOGRAPHIE
Annie Hamel
Élodie Paquette
Félix Valois
Louis-Charles Gagnon
Marie-Eve Lavigne
Marie-Jeanne Beaulieu
Mark Durand
Maude Fournier
Myriam Cyr-Chénier
Myriam Fortier
Yan-Fred D'amour

CHEF MONTEUR —
GRAND CHAPITEAU 360
Jan Bérubé Labonté

TECHNICIENS DE TENTE
Hugo A. Simoes
François Doucet
Michel Grondin
Wyatt Petersen
Tanya Bessette Pranke

TECHNICIENS DE GRADINS
Jeremy Riordan
Claude Mackay

RESPONSABLE DES PLACES
RÉSERVÉES
Marc-Antoine Hébert

RÉGISSEURS
Audrey Blouin
Catherine Ledoux
Christian Gagnon
Geneviève Venne
Joelle Bergeron
Johanne Amyot
Julie Marineau
Karrel Cournoyer
Léa Touzé
Sara-Eve Rioux
Stéphane Bergeron
Stéphanie Sanchez

ASSISTANTS LOGISTIQUE —
PARTENARIATS
Julien Binoux
Aghiles Bandou
Ariane Mignault
Maxime Laniel-Lafleur

HÔTESSE VIP
Vanessa Calero

PHOTOGRAPHES —
PARTENARIATS
Félix Renaud
Hugo B. Lefort

PHOTOGRAPHES
Agnieszka Stalkoper
Allen McEachern
Ariane Bergeron
Jimmy Hamelin
Mikaël Theimer
Myriam Baril-Tessier
Nathan Azopardi
Sébastien Roy

ASSISTANTS PHOTO
Roxane Kègle-Demers
Nico Maroni

COORDONNATRICE PHOTO
Geneviève Giguère

ESCOUADE MÉDIAS SOCIAUX
Alexandra Truchot
Bianka Bernier
Cassy Crabtree
Catherine Matusiak
Christian Pearson
Claudia Loutfi
Diana Yazidjian
Diandra Grandchamps
Fabrizio Barrios Bazo

Georgiana Laudi
Jessica Kovar
Josianne Masse
Karina Thevenin
Katrina Deane-Riggio
Kelly Rusk
Kim Vallee
Lesmy Perez Rosales
Liesl Barrell
Marc Snyder
Marcela Gomez Gutierrez
Mathieu Laferrière
Matthew Bergeron-Wood
Matthew Burpee
Maureen Doolub
Muriel Ide
Nathalie Rivard
Nicole Pomeroy
Pamela Ellen Quiroga
Rachelle Houde Simard
Rahim Karmali
Rochelle Latinsky
Sandra Calderoni
Sophia Jasmin
Stephanie Larocque
Sylvain Martel
Verna Kulish
Yesmine Boukhili

ESCOUADE CONNEXION
Annie Gauthier
Dory Maalouf
Justin Smith
Kevin Buckingham
Rita Sahir
Sebastian Alvisi (lead)

CHEF DE L'ESCOUADE VENTES
Esme Levi

CONCIERGES
EXTRAORDINAIRES
Alessandra Cerroni
Alice Zachary
Alika Arpin
Anissa Boughazi
Anne-Louise Fortin
Ben Tang
Chloé Picquenard
Chloé Kayem
Clarisse Broucke
Emmanuelle Toussaint
Fanny Muloin
Gabrièle Dubé-Roy
Georges Kamel
Kathleen Rose
Léa Lotey-Goodman
Lisette Abadie
Marine Gauthier
Marla Scattolin
Matthew Dansereau
Maxime Louis-Seize
Nathalie Duriau
Paul Nguyen
Vanessa Nosotti

**Ceux qui nous ont fait
danser, rire, pleurer,
chanter et rêver aux étoiles**

NUMÉRO D'OUVERTURE
Mastro Kent Nagano

LES MUSICIENS DE
L'ORCHESTRE SYMPHONIQUE
DE MONTRÉAL
Marianne Dugal
Brigitte Rolland
Victor Fournelle Blain
Brian Robinson
Andrew Wan
Olivier Thouin
Anna Burden
Olga Gross
Natalie Racine
Alexander Read
Ramsey Husser

VISUEL 360 ET INTERACTIF
Alexandre Dagenais
Anne Lagacé
Frederic Tretout
Gabrielle Sigmen Mercier
Mathieu Babin
Marie-Lou Bouchard
(Gentilhomme)
Olivier Gagnon
Thibaut Duverneix
(Gentilhomme)

TROUPE MAISON
Claudine Hébert
Chi Long
Dominic Caron
Milan Panet-Gigon
Sophie Breton
Virginie Brunelle

BAND MAISON
Dominique Fils-Aimé
Jean-Michel Frédéric
Jérôme Guillaume
(The Gulf Stream)
Ivann Uruena
(The Gulf Stream)

VOIX
Neyla Allouani

VIDÉO ET ENVIRONNEMENT
VISUEL 360°
Antonin Gaud
(Sarah & Antonin)
François Guinaudeau
George Simeo
Ian Cameron
Sarah Ouellet
(Sarah & Antonin)
Patrick Goski

AGENTS PERTURBATEURS
Andy Nulman
Mariam Khan

INVITÉS DES AGENTS
PERTURBATEURS
Andrew Torriani
Arthur Sylvestre
Cheryl Blum
Dave Handelman
Drea Wheeler
Haskel Garmaise
Jeffrey Hart
Jennifer Silver
Junaid Hussain
Kellyssa Rose Vincent
Lynne Lamarche
Oren Lefkowitz
Sara Waldston

ANIMATRICE INVISIBLE
Catherine Lavoie
Jean-François Beaudoin

ECOTONE (INSTALLATION EN
SON ET LUMIÈRE DU CABARET)
Jean-François Pedno
(Metametric)
Mathieu Le Sourd (Maotik)

SECRET WISH
Serge Belo

BALADE VIDÉO
Alexis Trépanier
Frédéric Barrette

SONORISATEUR AMBULANT
Colin Gagné
Lévy Bourbonnais

VOX-POP AMBULANT
Barthélémy Glumineau

CLEFS D'OR
Philippe Trépanier
Tamara Bousquet

FAUX CONCIERGES
Luc Tremblay
Soizick Hébert
Roch Jutras

SLACKLINE MONTRÉAL
Julien Desforges
Maxime Pelletier

BARATANGA [PERCUSSIONS]

Louis-Daniel Joly
Philippe Beaudin
Benjamin Landry
Olivier Landry
Ronny Lessard
Janic Gingras
Erik Sévigny
Hervé Jodoin

EFFETS SPÉCIAUX

Maxime Martin

PRESTATIONS MUSICALES
SUR LA PLAZA

Bonbon Kojak (Moonshine)
Félix Noé (Moonshine)
Gabe Price (Moonshine)
Gabriel L.B. Malenfant
Gayance
Nik Olson
Odile Myrtil (Moonshine)
Thomas Von Party
Verrieux Zile (Moonshine)
Yo Miu
Walla P.

PRESTATIONS MUSICALES
DANS LE FORUM

Chromeo (Dj set):
Patrick Germayel +
David Macklovitch
Sofi Tukker (Dj set):
Sophie Hawler-Weld +
Tucker Halperm
Dj Nino Brown

PRESTATIONS MUSICALES
DANS L'AGORA

Trio Hugo Mayrand:
Hugo Mayrand,
Jérôme Beaulieu,
Maude Bastien
Simon Dénizart Trio:
Simon Dénizart,
Jeanne Corpataux,
Simon Bellemare
Jazzamboka:
Elli Miller-Maboungou,
Émile Farley,
Félix Leblanc,
Noel Mpiaza
Men I Trust:
Dragos Chiriac,
Emmanuelle Proulx,
Jessie Caron,
Mathieu Rompré

**Ceux qui ont donné leur
temps et leur talent
bénévolement**

Abdelaziz Boughaleb
Aboudi Daniel
Afoali Ngwakum Akisa
Aimé-Courage Nsenga
Aïssatou Keita
Alan Capes
Alanah Wiseman
Alec Mompont

Alessandra Mantovani
Alexandre Guindon
Alexandre Lamarche
Alexandre Vallee
Ali Afroukh
Ali Raad
Alice Bellanger
Alice Bündock
Aline Nguyen
Alissina Shahabi
Amal Bouanani
Amelia Brinkerhoff
Amélie Provost
Amira Driss
Anaïs Charmillot
Andréa Benoist
Andrea Berroyer
Andrea Gideon
Andrea Rodriguez Ramirez
Andréanne Hallé
Andréanne Young
Andy Rakotomavo
Anh-Tho Tran
Anie Beaudoin
Anne-Julie Charron
Anne-Laure Lucas
Anne-Marie Fecteau
Annie Arcand
Anouk Boulanger Paradis
Armando Ordorica
Artheme Chaykin
Audrey Houle
Audrey Jacques
Aurélia Vallette-Grisel
Aymen Lfakir
Baptiste Perrin
Benjamin Bodin
Benjamin Laflamme
Benson Thermidor
Bethsy Lynn Martin
Beverly Marie Farfan
Bianca Chery
Bradly Matsubara
Brigitte Demers
Brittany Henriques
Camila Toro
Camille Boucher
Camille Doucet
Camille Lachance Gaboury
Camille Tremblay
Camylle Lalonde
Carine Nyiransengiyumva
Carolane Morin
Carolina Ramirez
Caroline Bouchard
Caroline Pierre
Carolyn Tso
Catherine Bolduc
Catherine Hebert
Catherine La Rochelle
Catherine Léger
Catherine Quinn
Chanel Aubin
Chanel Vincent-Dubé
Charles Doucet
Charles-Philippe Villeneuve

Charlotte Garcia
Charlotte Level
Chloe Durand
Christella Massimo
Christelle AroukoChristophe
Pineau
Claire Lecker
Clelia Cothier
Corina Paraschiv
Corinne Blair
Cormier Zachary
Danny Frias
David Fauteux
David Poulin
DongQiao Yang
Doris Ingham
Doro Saiz
Dorothy Armand-Lima
Dorothy Theodore
Edmée Bankaites
Élisa Serin-Leroux
Élisabeth Ste-marie
Elizabeth Viatkin
Elody Bachoffner
Eloïse Cuny
Elsa Rathgeber
Elyse Perreault
Émilie Mégrouèche
Emmeliune Aupiais
Ericka Alneus
Esme Levi
Eva Giard
Falihery Ramarason
Fanny Serenque
Félix Hachez-Vivier
Flore-Eva Baudot
Florence La Rochelle
Florian Guilhot
Frederic D'Amato
Frédéric Roy
Frédérique Bernatchez
Gabriella Novellini
Gabrielle Malouin
Gabrielle Perras
Gaëlle Da Silveira
George Cervinka
Ghita Krim
Gloriana Fok
Gracey Hlywa Maytan
Guillaume Lange
Guillaume Olivier
Gustave Laurant
Gwendoline Legros
Hakim Mouqtassid
Hala Mreiwed
Heeyeon Kwag
Helen Pavlis
Hind MESLOUB
Hyun-Hee Pyun
Ian-vladi Dordevic
Imane Boudaa
Irvi Mati
Isabelle St-Louis
Jade Bélanger
Jade Chrétien
Jasba Simpson
Jasmine Dufort
Javier Montes
Jazna Rossi
Jean-Christoph Btaiche
Jean-François Ouellette
Jean-Philippe
AntonukJeanne Helluy
Jennifer Teasdale-Raymond
Jennifer Tingombay
Jeremy Cousineau
Jessica Drozd
Jessica Malenfant
Jiawen Li
Johanna Vivancos
Jonathan Marcotte
Jora Denis
Jordan Whitewick
José Gonzalez Bastidas
Juan David Roldan
Judith Côté
Jules Gaudin
Julia Pouliot
Julie McIntosh
Julie Wong Mew Wah
Julien Cayla-Irigoyen
Julien Saleh
Juliette Cocault
Juliette Marty
Juliette Thiriet
Justine Beaupré
Justine Montpetit
Karima Cherifi
Karine Belzile
Karine Brisson
Karl-Philippe Telemaque-Hector
Karma Aboukheir
Katherine Gaulin
Kathryn Boynton
Kayla Prashad
Khadija Bennani-Smires
Kim Drummond
Kiyani Bamba
Koloinamalala Randriamialison
Lara Geinoz
Laura Cabrera
Laura Mai Piché
Laura Morales
Laurence Forest
Laurent Beauchamp Doucet
Laurent Côté-De Lagrave
Laurent Pelletier-Verrier
Lauriane Ares
Laurianne Walker-Hanley
Lauryn Berro
Lawrence Esso
Léa Fournier
Léon Virfollet
Léonard Imbert
Leonora Pires-Pierre
Lia Hauben
Lilianne Martin
Lina Belabbas
Linda Alexandre-Boucher
Loïc Fourniller
Loïza Luperon
Lola Gravel
Loubna El Wacham
Louis Ganiwet

Louis-Charles Paillé
 Louis-Julien Dufresne
 Louise Courchinoux
 Lucie Sarazin
 Lulu Xing
 Madison Ramsay
 Maëva Cangé
 Magalie Beaulé
 Magalie Han
 Mai-Ly Nguyen
 Maisa Mreiwed
 Malik Aghiles Tahir
 Manuel Patry
 Marcouf Collin
 Margarita Komarova
 Margarita Psihogios
 Margot Bedu
 Margot Leprevots
 Maria del Carmen Garcia
 Marianela Read-Rainville
 Marie-Ange Audigé
 Marie-Eve Chaumont
 Marie-Helene Brault
 Marie-Michelle Couture
 Marie-Pier Leduc
 Marie-Victoire Zamor
 Marie-zelie Sainz
 Marietou rose Diop
 Mariève Lemelin
 Marilou Gareau
 Mark Noue
 Martine Vachon
 Martine Valentin
 Marvin Dorleans pierre
 Mathieu Lynch
 Mathilde Bernasconi
 Mathilde Coste
 Matt Budd
 Maxime Courteau
 Maxime Deschenes Trottier
 Mehreen Diwan
 Mélanie Cardinal
 Mélanie Matteau
 Melissa Ngo
 Melodie Miribel
 Miantsa Razafindramanana
 Michelle Hutchinson
 Mikael Lemelin Brisebois
 Mikhaïl Ngassa
 Mirianne Brûlé
 Mohamed Elshiaty
 Mustafa Ibrahim
 Myriam Harvey
 Myriam Martin-Brochu
 Nader Aboukheir
 Nashwa Rammal
 Nicolas Labrecque-Sauvé
 Nina Lantinga
 Nisrine Iraqi
 Noha Laraki
 Oliver Tse Sak Kwun
 Omar Zerrad
 Ophélie Delon
 Pamela Plante
 Paula Even
 Philippe Manirath
 Philomene Pierre

Pierre-Antoine Heredero
 Raghe Farah
 Raghid Nami
 Ramin Mohsenin
 Rebeka Cohen-Solal
 Renée-Ann Blais
 Rim Zerdazi
 Rita Kahwaji
 Robin Ramasamy
 Rosalie Chicoine
 Roumaissa Djabri
 Russell Goulet
 Ruth Elvire Dejean
 Saad Benjelloun
 Sacha Terral
 Same Fofana
 Sanae Chafi
 Sandrine Turcotte
 Sara Lechheb
 Sarah Hamdani
 Sarah Huzarski
 Sarah Meddah
 Sarah-Jessica D'Avirro
 Savanah Pasteau
 Sean Léger
 Sebastian Varas
 Ségolène Chateau
 Seif Bourguiba
 Selma Idjeraoui
 Serge Masselski
 Simon Altman
 Simon Bédard
 Simon Clerc
 Solène Leborgne
 Solène Thériault
 Solenn Pellé
 Sophia Kapchinsky
 Sophia Perring
 Sophie Bonenfant
 Sophie Cardinal-Roy
 Sophie Daoust
 Sophie Naert
 Sophie Valcourt
 Stacey Lynn Nord
 Steffi Aikins
 Stephanie Bacquere
 Stephanie Bottex
 Stephanie Chartier
 Stephanie Costache
 Stephanie El-Chakirh
 Stephanie Hindle
 Steve Robins
 Tala Abdul Salam
 Tanya E. Johnson
 Terrence Berget
 Thiago Silva
 Thierry Francis Lorfils
 Thomas Rollo
 Tina Do
 Tinh Chum Hun
 Tolotriniaina Randriamialison
 Tristan Billet
 Ulysse Piediscalzi
 Valentine Duguay
 Valerie Awad
 Valérie Laganière
 Valérie Parisien

Varun Sriskantha
 Véronique Boudreau
 Véronique Leclerc
 Véronique Proulx
 Vilena Pavlov
 Vincent Cloutier
 Vincent White
 Virginie Bourgeois
 Vladimir Van Themsche
 Wendy Gasperment
 William Gagné
 Yana Rogozin
 Yang Wang
 Yann Pineault
 Yasmine Haouchine
 Yassine Cherkaoui
 Youness Salame
 Yuan Gao
 Zachary Bleau-Prevost
 Zaenab Hage
 Zakaria Boukhcheb
 Zeina Gharzouzi



 **Ceux qui ont offert leur expertise et leur réseau pour mener C2 Montréal encore plus loin**

COMITÉ MONTRÉAL INC.
 Dexter and Byron Peart
 Eve Laurier
 Francois Arbour
 Isabelle Chevalier
 Louis-François Hogue
 Martin Gauthier
 Sebastien Morneau

COMITÉ CRÉATION
 Estelle Métayer (Chair)
 Andy Nulman
 Brent Bushnell
 Chris Denson
 Laurent Haug
 Philippe Meunier
 Philip Sheppard

COMITÉ INTERNATIONAL
 Daniel Lamarre (Président)
 Harley Finkelstein
 Hélène Desmarais
 Jen Holmstrom
 Monique Leroux
 Marc St-Hilaire
 Michael Kives
 Normand Legault
 Patrick Zhong
 Terry Doyle
 Vicki Heyman

SANS OUBLIER...

Tous ceux qui ont mis la main au montage et au démontage

Et tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la création de C2

VOUS SAVEZ QUI VOUS ÊTES.

ET UN TRÈS GRAND MERCI À

NOS PARTENAIRES

IMAGINÉ PAR

SID LEE

PARTENAIRE FONDATEUR

CIRQUE DU SOLEIL®

REMERCIEMENTS SPÉCIAUX

Canada  Québec  Montréal 

PARTENAIRES MAJEURS



Caisse de dépôt et placement
du Québec



STINGRAY

ELEMENT^{AI}

PARTENAIRES PRIVÉS





2017
Accès illimité
Richard St-Pierre
PRÉSIDENT

CS MONTREAL



2017
Montréal

Pierre Moreau
PRÉSIDENT DU COMITÉ D'ORGANISATION
DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE MONTRÉAL 2017



L'an prochain, nous revenons à nos racines (encore tendres) : nous revenons au cœur de ce que signifie être un(e) leader transformatif(ve). En 2011, lorsque nos fondateurs ont choisi d'assembler ces deux «C», ils combinaient deux univers distincts.

Aujourd'hui, la créativité est largement reconnue comme une caractéristique de base pour toute organisation cherchant à innover—voire même assurer sa survie. Aujourd'hui, cette idée n'est déjà plus considérée comme une collision, mais plutôt comme une fondation solide sur laquelle se bâtissent les entreprises prospères.

Maintenant plus que jamais, nous croyons que c'est à l'intersection du commerce et de la créativité que nous trouverons des solutions innovantes et utiles aux défis de notre époque.

Quelles collisions devrait-on chercher à encourager ? Quelles idées d'avenir pourraient surgir d'une simple étincelle entre des industries, organismes ou intérêts en apparence divergents ?



Collisions

TRANSFORMATIVES

Réenergiser et réoutiller les leaders en orchestrant de nouvelles connexions

Tout au long de la septième édition de C2 Montréal, du 23 au 25 mai 2018, nous encouragerons les collisions transformatives à travers cinq pistes transversales, pertinentes à travers les industries :

LEADERSHIP

Cultiver l'innovation

Miser sur la créativité et donner à nos équipes l'élan nécessaire à la réalisation de grandes visions d'un futur prospère et inclusif.

TECHNOLOGIE

Moteurs de changement

Big data, intelligence artificielle, Hyperloop et autres technologies d'avenir qui ont le pouvoir de tout révolutionner.

MARKETING + MÉDIAS

Histoires et vérités

Experts des marques, diffuseurs, commerçants, conteurs et robots explorant de nouvelles manières de rejoindre et engager les consommateurs de demain.

ART + DESIGN

Donner un sens à la réalité

Artistes, designers et architectes qui dédient leur pratique et leur vie à révéler de nouvelles perspectives et enrichir notre univers.

IMPACT

Multiplier notre effet positif

Relever le plus grand défi : saisir l'opportunité, en tant que leader, d'initier un réel changement.

Nous vivons déjà dans un monde de collisions. Puisons dans cette richesse : continuons à encourager les chocs, et à les accueillir avec ouverture, courage et humilité. Les collisions érodent les frontières entre les idées, les points de vue, les domaines et les industries. Elle sont notre meilleure antidote au cynisme : en créant de nouvelles lentilles communes à travers lesquelles considérer le monde, elles ont le pouvoir d'établir les bases de nouvelles collaborations.

**C2 MONTRÉAL 2018,
DU 23 AU 25 MAI.**

Soyez des nôtres.









C2.BIZ