

17. Jaga



Darwinisme créatif

recentre

↑

Jan Kriekels © Muriel Thies



Faut-il encore présenter Jan Kriekels, manager de Jaga ? Un excentrique, un passionné et surtout un entrepreneur visionnaire qui nous prédit un changement de mentalité radical. Le fait que Jaga produise des radiateurs écologiques n'empêche pas la société de viser des objectifs plus élevés. Le concept *Cradle to Cradle* n'est pas utopique, souligne Jan Kriekels. Nous devons de toute urgence prendre conscience que nous courons à notre perte. Avoir une vision est une chose, il faut savoir agir en conséquence. Nous voulons nous distinguer avec des produits design efficaces, innovants et écologiques.

Avoir une vision est une chose, il faut savoir agir en conséquence. Nous voulons nous distinguer avec des produits design efficaces, innovants et écologiques.

/////////////////////////////.

Jan Kriekels, le patron de Jaga, sait de quoi il parle lorsqu'il aborde le sujet du capital naturel. Cet anthropologue a parcouru le monde, livré à lui-même et aux lois de la nature. Défenseur passionné de l'économie créative, il profite de chaque conférence et de chaque congrès pour partager ses idées. *En tant qu'administrateur délégué de cette entreprise, je sais que j'ai un rôle économique à jouer. Mais je ne peux m'empêcher de dire que cela représente bien plus qu'une comptabilité visant à clore l'exercice en bénéfice. Le management d'entreprise est peut-être une affaire de fichiers excel, mais il faut aussi oser exceller dans une vision durable tout en réalisant un bénéfice.*

De fait, la durabilité est profondément ancrée dans la production de Jaga. *Les radiateurs utilisent de l'énergie, nous considérons de notre responsabilité de les faire fonctionner de manière aussi efficace que possible, explique Jan Kriekels en abordant l'aspect économique. Nous devons aussi sortir du mauvais modèle de*

consommation que nous suivons actuellement. Il est difficile pour une entreprise de le traduire dans son core business, mais c'est possible. Comment ? En n'optant pas aveuglément pour une production de masse qu'il faut écouler pour survivre, mais en raisonnant autrement. Les entreprises créatives transmettent aussi une philosophie et c'est ce qui rend leurs produits attrayants. Les produits doivent avoir une plus-value pour les utilisateurs, mais aussi pour la société qui les fabrique et pour l'environnement. Comment il combine ces trois éléments dans un modèle opérationnel tient à l'interaction entre les créatifs et les ingénieurs. Les visionnaires, les spécialistes et les hommes d'action qui doivent veiller ensemble à une collaboration au-delà des disciplines et des frontières.

Jaga veut réinventer l'entreprise visionnaire. Les exemples les plus connus sont le Jaga Experience Truck, mais aussi sa participation au Burning Man Festival. Jan Kriekels sait aussi que ces projets ne doivent pas rester du domaine des idées ou des modèles, mais qu'il faut fabriquer des produits efficaces et durables. C'est pourquoi il approuve l'approche *Cradle to Cradle*, qui vise à développer des produits qui devront intégrer un nouveau cycle à la fin de leur vie. *Rien ne se perd dans la nature. Absolument rien. Les déchets de la nature donnent toujours vie à une autre création. Prenons exemple sur la nature.*

En Belgique nous ne disposons d'aucune source d'énergie propre, ni de matières premières naturelles, que pouvons-nous donc faire ? Il faut travailler dans les sciences, partir des connaissances disponibles pour apporter des innovations. On peut aussi fabriquer des radiateurs dans d'autres matériaux qui seront ensuite recyclés, il faut se servir avec parcimonie de ce qui est si précieux. Il fait ainsi référence aux radiateurs des années soixante, qui utilisaient jusqu'à douze litres d'eau, tandis que les radiateurs fabriqués cinquante ans plus tard ne consomment plus qu'un litre.

Selon Jan Kriekels, tous les chaînons, de la matière première au produit, doivent être socialement et écologiquement responsables, *sinon le boomerang vous revient à la figure. Si vous ne voulez pas envisager ou participer à l'élaboration d'une société meilleure, vous le paierez tôt ou tard.* On pourrait le prendre au pied de la lettre ; ceux qui ne considèrent pas l'achat d'un système de chauffage efficace et ne le combinent pas à une bonne isolation, épuisent leur portefeuille, mais aussi la nature.

Les déchets de la nature donnent toujours vie à une autre création. Prenons exemple sur la nature.

L'ensemble de la stratégie de Jaga correspond parfaitement à son logo dans lequel la ligne droite qui symbolise habituellement une chaîne de production, se referme en un cercle. Jan Kriekels veut aussi infléchir le système économique linéaire pour en faire un système croisé plus créatif et multidisciplinaire. Il le fait en tant que personne, mais aussi en tant qu'investigateur du projet Uchronians.org. Ce site Internet doit permettre aux gens de collaborer, comme une sorte de système d'exploitation ouvert, pour émettre des signaux vers le logiciel de nos pensées, nos faits et gestes.

Nous jetons actuellement les bases de Green Force (par analogie à notre équipe G-Force avec laquelle nous faisions des courses d'endurance). Cela apportera des solutions pour pouvoir survivre avec ce dont nous disposons sur un mètre carré. Il faut donc utiliser le soleil et la pluie, tenter de diminuer les émissions de CO2 ou économiser et optimiser l'énergie. Appelez cela un effet bulle, comme une serre dans laquelle vous cultivez votre repas. Vous devez apprendre à vivre ainsi avec la nature, comme elle se présente. C'est l'un des nombreux projets pour lesquels Jan Kriekels prend position dans une lutte



↑
Heatwave © Jac



↑
Play4Boy Play © Jag



avant-gardiste pour un monde meilleur, un combat dans lequel les pensées sont forgées pour devenir des solutions efficaces.

Il faut aussi oser exceller dans une vision durable tout en réalisant un bénéfice.



Il est difficile de déterminer le fond de la pensée de Jan Kriekels, mais son discours le rapproche du darwinisme, philosophie selon laquelle seuls les plus forts survivent dans la nature, ou ceux qui savent le mieux s'adapter. *Cette pensée flexible, le besoin d'adapter, il faut aussi tenter de les intégrer dans les entreprises, c'est un feu qui doit brûler. Voir plus loin que ses propres produits et son propre marché et surtout se laisser inspirer car les innovations naissent des idées créatives.*



Christophe De Schauvre pour REcentre

Personne interviewée / Jan Kriekels, Administrateur délégué

Jaga
Verbindingslaan 1
3590 Diepenbeek
Belgique
www.theradiatorfactory.com
Secteur • Fabrication d'appareils de chauffage
Année de création • N/A
Nombre d'employés • 450
Chiffre d'affaires (2009) • 68 millions EUR