



46

PARFAIRE L'HOMME

DOSSIER COORDONNÉ PAR ISABELLE LESNIAK

Repousser le vieillissement de l'homme et, pourquoi pas, vaincre la mort en associant nanotechnologies, électronique, neurosciences et génétique. Fabriquer des hamburgers in vitro pour répondre à l'explosion de la demande mondiale en viande. Préserver la biodiversité des semences de la planète avec une « Arche de Noé » végétale. Exploiter les matériaux rares contenus dans les astéroïdes... Voici quelques-

uns des projets extraordinaires développés par une poignée de patrons assez déraisonnables et sûrs d'eux pour relever les défis technologiques les plus insensés.

Déjà bien connus du grand public – Bill Gates, Jeff Bezos, Richard Branson, Sergueï Brin – ou pas encore, comme le

Russe Dmitry Itskov, l'Indien Mukesh Ambani ou le Canadien Murray Edwards, ces dirigeants d'entreprise ont en commun d'avoir accumulé suffisamment d'argent en s'étant imposés dans leur secteur, pour

entreprendre désormais de changer le monde. « La plupart de ces hommes d'affaires ont été jusqu'au bout du possible dans leur domaine et ont atteint leur niveau maximal de réussite financière, analyse Bénédicte Haubold, fondatrice du cabinet Artélie Conseil et auteur de *Vertiges du miroir : le narcissisme des dirigeants*. Cette étape franchie, lorsqu'ils sont moins dans l'action, ils se rendent compte de leur finitude d'êtres humains et veulent imprimer une marque durable comme hommes de bien ou se lancer dans des projets qui les rendent, à leurs yeux, immortels. »

A la différence d'un Rockefeller d'hier, quelques jeunes patrons n'attendent pas d'avoir achevé leur empire industriel ou commercial pour réaliser leurs utopies. Sergueï Brin (Google), Tony Hsieh

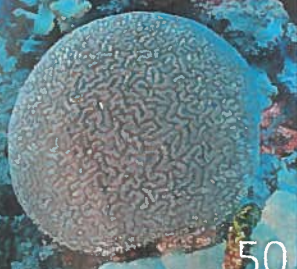
(Zappos) ou Elon Musk (Tesla Motors) ont 40 ans à peine et sont encore opérationnels, mais ils regardent « toujours plus haut, plus loin », pour reprendre la devise de Musk. En marge de ses voitures électriques, cet Américain né en Afrique du Sud entend révolutionner les transports en préparant l'hyperloop, un « TGV » supersonique qui voyagerait à 1 200 kilomètres/heure !

Des motivations personnelles expliquent parfois leur démarche : porteur d'un gène prédisposant à la maladie de Parkinson, Sergueï Brin a un intérêt compréhensible pour la génétique. Ailleurs, les considérations commerciales restent présentes. « Notre vaisseau spatial va rendre Virgin aussi célèbre que le Coca-Cola », prévoit Richard Branson. Le patron britannique attend beaucoup des voyages touristiques dans l'espace, qu'il compte être le premier à démarrer en 2014. Les projets de rupture peuvent créer de nouveaux marchés, comme les Google Glass qui pourraient être commercialisées à partir de l'an prochain. « Les grands défis de la planète représentent aussi les meilleures opportunités d'affaires », reconnaît sans ambages l'entrepreneur américain Peter Diamandis, qui soutient financièrement la plupart des initiatives futuristes en cours, via sa X Prize Foundation.

Mais la démesure de ces projets ne se réduit pas à ces explications prosaïques... Leurs promoteurs ont aussi l'ambition de faire tomber les barrières mentales et économiques pour réaliser ce que leur imagination leur dicte. Comme Che Guevara, ils clament : « Soyez réalistes, demandez l'impossible ! » Sans la caution de ces mécènes de choix, bon nombre des projets resteraient du domaine de la science-fiction.

Avec leur soutien, ils ont de

bonnes chances de se réaliser. Dans les années 80, les premiers travaux du gourou futuriste de l'université de Stanford, Paul Saffo, sur l'hyperloop n'ont suscité que doutes et moqueries. Qu'Elon Musk s'y investisse et la planète se met à y croire. En France, le cardiologue Alain Carpentier passait pour un illuminé jusqu'à ce que Jean-Luc Lagardère soutienne son idée de fabriquer un cœur artificiel autonome. Vingt ans après, la société Carmat est en passe de l'implanter dans un être humain. ■ I.L. ■■■



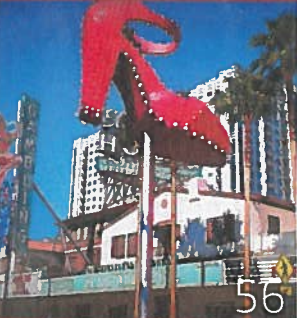
50

SAUVER LA PLANÈTE



54

CONQUÉRIR LES ÉTOILES



56

CRÉER LA CITÉ IDÉALE



58

BÂTIR ENCORE PLUS HAUT

« Ces dirigeants réalisent leur finitude d'êtres humains et veulent imprimer une marque durable. »

Bénédicte Haubold, Artélie Conseil