



Quel est le point commun entre la première plateforme de financement participative de crowdfunding européenne, l'entreprise élue produit de l'année 2016 et l'un des lauréats de la French Tech ? Bcorp !

Interviennent lors de cette séance :

- Aurélia COCHETEUX, Sense Activist chez Pixeis Desing agency ;
- Margaux THIERREE, Good Idea Manager d'Ulule ;
- Elizabeth SOUBELET, créatrice de Squiz.

Atelier animé par Benjamin ENAULT, directeur associé d'Utopies

La réponse au titre de l'atelier est la suivante : tous ces entreprises sont labellisées B Corp.

Benjamin ENAULT précise que Florence BAITINGER, co-fondatrice de Gobilab ne peut être présente car elle doit répondre à un important appel d'offres. La distribution de 40 000 gourdes aux intervenants de la COP 21, dont Barack Obama, a considérablement augmenté sa notoriété.

I. Crowdfunding, communication créative et gourdes réutilisables : présentation des intervenants

Margaux THIERREE explique que son rôle, en tant que Good Idea Manager d'Ulule, consiste à accompagner tous les porteurs de projet. Créée il y a cinq ans, Ulule est aujourd'hui la plateforme collaborative leader en Europe sur le financement participatif. Cette plateforme permet à la foule des internautes de financer des projets sociaux, environnementaux, entrepreneuriaux et culturels. Ulule compte un million de membres qui ont financé avec succès plus de 11 800 projets. Ulule est l'une des premières entreprises françaises labellisées B Corp.

Benjamin ENAULT rappelle qu'une grande partie du financement du film *Demain*, qui vient d'obtenir le César du meilleur documentaire, émane du crowdfunding.

Margaux THIERREE cite l'exemple de SOS Méditerranée. La collecte a permis de rassembler plus de 150 000 euros en vue d'armer un bateau pour secourir les réfugiés naufragés.

Aurélia COCHETEUX explique que Pixeis est une agence de *branding*, qui met des cerveaux créatifs au service de marques désireuses de changer le monde. Raconter de belles histoires, voire de beaux visuels est source d'inspiration. La communication se met ainsi au service de l'utile et du changement vertueux. Aurélia COCHETEUX exerce chez Pixeis les fonctions de *Sens Activist*, c'est-à-dire une activiste du sens et des émotions.

Elisabeth SOUBLET explique que Squiz fabrique des gourdes réutilisables, qui constituent un gain économique et réduisent considérablement les déchets. Maman de cinq enfants, sage-femme et professeur des écoles, elle ne connaissait ni le monde de l'entreprise ni celui de la production industrielle. Forte d'une bonne idée, Elisabeth SOUBLET a souhaité voir grandir celle-ci en Europe.

II. Le label B Corp certifie les meilleures entreprises pour le monde

Benjamin ENAULT explique que le label B Corp constitue une démarche de certification des entreprises.

Elisabeth SOUBLET souligne qu'elle a tout de suite été intéressée par ce label américain, désormais présent dans plus de 40 pays. Cette certification permet d'afficher des valeurs communes derrière une même bannière. Elle concerne des entreprises bénéfiques aussi bien pour la société que pour les investisseurs. Le statut de B Corp n'est pas lié à la taille des entreprises. Même une entreprise comptant un seul salarié peut être labellisée.

Aurélia COCHETEUX explique que Pixeis a rejoint le mouvement B Corp pour sa dimension de label très exigeant, qui favorise l'amélioration continue et incite à l'optimisme et au dynamisme.

Margaux THIERREE rappelle que le slogan d'Ulule est « *Make goods things happen* », c'est-à-dire donner vie aux bonnes idées. Le leitmotiv, inscrit dans l'ADN d'Ulule, est conforme aux objectifs de B Corp. Ce label permet de réconcilier profits et impacts positifs sur la société, sans se cantonner à l'économie sociale et solidaire.

Benjamin ENAULT précise que seulement 30 entreprises françaises, comme Nature & Découvertes ou la CAMIF, sont labellisées B Corp en France contre plus de 1 600 dans le monde. B Corp invite les entreprises à répondre à un questionnaire de 200 à 300 questions en fonction du secteur d'activité et du nombre de collaborateurs, qui comprennent une analyse de la performance et la mesure d'indicateurs. Les trente premières entreprises françaises ont signé la charte d'interdépendance qui symbolise la communauté B Corp. Ce mouvement, très intéressant, compte des acteurs historiques, comme Patagonia ou Nature & Découvertes mais aussi beaucoup de start-ups, de nouveaux modèles. La conjonction de ces deux mondes s'avère enrichissante.

Benjamin ENAULT ajoute que le questionnaire B Corp est gratuit. Chaque entrepreneur peut donc remplir le questionnaire et le remplir. La Mairie de New-York l'a ainsi envoyé à 40 000 entreprises pour les sensibiliser à la démarche et les accompagner. La démarche s'effectue ainsi en lien avec les territoires. Parmi les entreprises labellisées B Corp, la moitié n'existait pas il y a cinq ans, la moitié compte moins de dix salariés. L'audit, réalisé tous les deux ans par une ONG B Corp, est payant ; son coût, compris entre 500 dollars et 25 000 dollars, est calculé à partir du chiffre d'affaires.

Aurélia COCHETEUX insiste sur le fait que le label B Corp donne de l'espoir. Il ouvre des opportunités et génère une dynamique positive.

Elisabeth SOUBLET souligne qu'il s'agit d'un label simple d'accès qui donne confiance aux clients, de plus en plus désireux de savoir dans quelles conditions les produits ont été fabriqués.

Margaux THIERREE ajoute que la procédure B Corp a requis environ dix jours/hommes de travail (réponses au formulaire, audit, constitution de documentation).

Aurélia COCHETEUX remarque que la procédure n'est pas compliquée, mais qu'elle est exigeante. Les entreprises doivent obtenir au moins 80 points sur 200 pour être labellisées. La démarche a renforcé la volonté de Pixeis de travailler avec des entreprises vertueuses.

Elisabeth SOUBLET met en avant les efforts réalisés par le cabinet Utopies, partenaire de B Corp en France, qui a traduit le questionnaire et se rend disponible pour accompagner les entreprises.

Benjamin ENAULT indique que la communauté française B Corp, qui effectue du lobbying afin de donner naissance à un nouveau statut d'entreprise, le Benefit Corporation (déjà existant aux Etats-Unis), a été créé en Italie à la fin de l'année. Les entreprises concernées vont modifier leurs statuts pour y inscrire leurs grands engagements, qui feront ainsi partie de leur ADN.

Benjamin ENAULT considère que la force de B Corp est d'être un label international. Celui-ci s'avère complémentaire des autres labels tels que LUCIE ou Ecolabel.

Benjamin ENAULT reprend le leitmotiv des entreprises B Corp qui ne cherchent pas à être les meilleures au monde, mais les meilleures pour le monde.