



Ils inventent les solutions de demain

Interviennent lors de cette séance :

- Elizabeth SOUBELET, co-fondatrice de SQUIZ ;
- Olivier CUEILLE, co-fondateur et Directeur général de Micro-Don ;
- Thomas de WILIENCOURT, fondateur du Fonds épicurien Provence ;
- Deborah PARDO, scientifique participant au programme Homeward Bound ;
- Ahmed ERNEZ, Président directeur général de Biome Solar Industry ;
- Emery JACQUILLART, fondateur du Groupe Matelsom et Président de la CAMIF
- Laurence MEHAIGNERIE, créatrice de Citizen Capital, fonds d'investissement indépendant.

Atelier animé par Olivier CLASSIOT, Directeur associé de Des Enjeux et des Hommes

I. SQUIZ ou le pari des gourdes réutilisables

Elizabeth SOUBELET explique que SQUIZ fabrique des gourdes souples, lavables et réutilisables, qui peuvent être utilisées pour les bébés, les enfants mais aussi les sportifs, les nomades, etc. L'idée est née de besoins personnels. Sage-femme, puis professeure des écoles, Elizabeth SOUBELET est mère de cinq enfants. Elle a comptabilisé toutes les compotes consommées par sa famille et a été marquée par le gaspillage. Au départ, elle a souhaité importer le produit mais les gourdes étaient fabriquées en Asie, dans des conditions qui ne lui convenaient pas. Elizabeth SOUBELET a donc décidé de les fabriquer en Europe, avec l'aide d'associations locales et d'institutions. Elle est parvenue à trouver un petit partenaire suisse qui croyait en son idée. Son mari a pu la rejoindre dans l'entreprise.

Créée il y a deux ans, SQUIZ est en croissance continue, ce qui s'avère très positif. En janvier 2016, l'entreprise a gagné le prix « Produit de l'année » décerné à partir d'un panel de 10 000 clients. Le taux de satisfaction atteint 92 %. Depuis octobre 2015, SQUIZ est labellisée B Corp. Sur sa première année d'exercice, l'entreprise a versé 20 % de ses bénéfices à l'association Care France. 60 % des produits sont issus d'un rayon de moins de 60 kilomètres. Le packaging est réalisé par un ESAT. Les gourdes sont distribuées dans plusieurs réseaux bio, certains supermarchés, des magasins de puériculture ou d'art de la table. La clientèle s'avère relativement large, les Français n'hésitant pas à utiliser de telles gourdes en

public. En Angleterre, elles sont réservées aux tout-petits, les aliments pour bébés étant de plus en plus présentés sous cette forme.

Elizabeth SOUBELET insiste sur le fait qu'il est possible d'être une entreprise bénéficiaire, de grande consommation tout en étant à la fois responsable et solidaire. La démarche n'est pas forcément évidente mais il faut y croire.

II. Micro-Don, donner un peu, plus souvent

Olivier CUEILLE a fondé Micro-Don il y a sept ans. Auparavant, il travaillait dans le secteur informatique pour une banque de crédit. Il avait alors le sentiment qu'il ne mettait pas ses compétences au service d'une cause qui le faisait vibrer. C'est la raison pour laquelle il a accepté la proposition qui lui a été faite de donner naissance à Micro-Don.

Le concept de Micro-Don est simple : tous les actes de la vie du quotidien engendrent de nombreuses transactions. Arrondir ces montants de quelques centimes permet de financer des associations d'intérêt général et contribuer ainsi à la résolution de certains enjeux, sociaux, environnementaux, de santé, etc. Cette mécanique concerne les enseignes mais aussi les entreprises, les salariés pouvant arrondir leur salaire à l'euro inférieur. 100 % des dons collectés par les entreprises sont reversés aux associations, ce qui suppose l'engagement RSE. ADP GSI, qui édite chaque mois 2,5 millions de bulletins de salaire représentant 9 000 entreprises, soutient le projet. Des opérations ont également été organisées à l'échelle d'un territoire, en lien avec les collectivités locales. Des fabricants de terminaux ont accepté de concevoir des terminaux permettant d'effectuer les arrondis.

Micro-Don est une entreprise sociale et solidaire, qui s'appuie sur une finalité sociale, à savoir maximiser la collecte de dons pour les associations humanitaires. Le modèle économique prévoit que les charges soient couvertes par des prestations vendues aux entreprises qui mettent en place la mécanique de l'arrondi. Il peut s'agir de solutions techniques, de prestations de communication, d'animation. 100 % des dons vont aux associations parce que les entreprises achètent en parallèle des services. La participation à une cause qui fait sens permet de réinventer la relation clients. A ce jour, plus de 500 associations ont reçu plus de 2 millions d'euros des clients et des salariés des entreprises adhérentes au mécanisme. 45 entreprises et 7 enseignes ont déjà accepté de suivre Micro-Don. Une à trois entreprises rejoignent le mouvement chaque mois. Pour résumer, « Avec Micro-Don, demandez l'arrondi : merci ! »

III. Le Fonds épicurien Provence ou la mise à l'honneur du territoire

« Si vous saviez tout ce qui se passe ici ! » : tel est le slogan adopté par la Chambre de commerce et d'industrie de Marseille-Provence. Un slogan auquel Thomas de WILLENCOURT entend donner vie. Chaque jour, des entreprises, des particuliers, s'impliquent sur leur territoire. Les générations Y et Z invitent à percevoir le monde différemment, incitant à croire que l'innovation, la vitesse, le progrès est source de bonheur. Il est possible que ce soit le cas, mais ce n'est pas forcément la seule voie.

Thomas de WILLENCOURT explique qu'après dix ans à la tête d'une entreprise, il a fait le choix de s'engager sur son territoire par le biais du Fonds épicurien Provence. Cette structure a été créée il y a un an avec des hommes et des femmes, désireux de partager leur réussite professionnelle via le mécénat et la levée de fonds. Cette année, le Fonds a permis de lever 200 000 euros, réinjectés intégralement sur le territoire sous forme de dons, sans prise de participation. En 2015, une quinzaine de projets en lien avec le terroir a ainsi été soutenue. Thomas de WILLENCOURT cite l'exemple de l'Observatoire français de l'apiculture, véritable maternité visant à renforcer les ruches en Europe. Il invite tous les participants à semer des graines qui leur sont distribuées, façon imagée de semer la RSE et de nourrir les abeilles.

IV. Homeward Bound : 78 femmes en Antarctique pour sauver la planète

Deborah PARDO est l'une des 78 femmes sélectionnées dans le monde entier pour participer au programme Homeward Bound.

Marseillaise d'origine, Deborah PARDO a participé, dans le cadre de ses études, à des campagnes de recensement des albatros, espère en danger. Elle est aujourd'hui démographe à l'Institut polaire britannique de Cambridge. Suite à la naissance de son fils, il y a un an, Deborah PARDO a perçu les difficultés de concilier une carrière de chercheuse et un rôle de mère et s'est interrogé sur la place des femmes dans la science. Elle a alors été sélectionnée pour participer au programme Homeward Bound, qui vise à rétablir plus d'égalité des sexes au plus haut niveau de la science. Ce programme, qui vise à fédérer un réseau d'un millier de femmes, prévoit d'en sélectionner chaque année tout en leur faisant vivre une expérience exceptionnelle, qui leur redonne confiance en elle. Les 78 femmes sélectionnées pour cette édition travailleront sur des projets tout au long de l'année avant de se retrouver durant trois semaines en Antarctique pour suivre une formation de trois semaines sur le leadership, l'innovation et découvrir des sites emblématiques. Deborah PARDO est persuadée que cette aventure va changer ces femmes, leur permettant de devenir des modèles pour les générations futures.

Deborah PARDO cherche à financer son voyage via une opération de *crowdfunding* via Provence Booster et des partenariats d'entreprise. Il lui manque encore la moitié de la somme, soit 7 500 euros.

Deborah PARDO considère qu'il existe une relation très forte entre les problématiques environnementales et la cause des femmes. Il s'avère donc intéressant de les rapprocher afin d'apporter des solutions aux problèmes sociaux et environnementaux actuels.

V. Le chauffe-eau solaire : une innovation méditerranéenne

Ahmed ERNEZ a créé Biome Solar Industry en juin 2006, avec un démarrage de la production en octobre 2007. L'entreprise est aujourd'hui leader sur le marché tunisien. Avec dix millions d'habitants, ce marché s'avère réduit. Biome Solar Industry vise donc le développement international. Le chauffe-eau solaire est particulièrement adapté aux pays où le soleil est très présent, notamment l'Afrique. L'entreprise a créé un centre de formation, accolé à l'usine, dans lequel se forment des professionnels de tout le continent, qui seront les prescripteurs de demain. Actuellement, Biome Solar Industry agrée 172 entreprises pour l'installation des chauffe-eaux ce qui représente plus de 600 emplois. D'ici quelques mois, Biome Solar Industry débutera une partie de sa fabrication à La Réunion. L'entreprise compte également d'autres projets autour des centrales photovoltaïques, qui n'est désormais plus monopole d'Etat.

VI. La ville durable : le premier quartier durable WWF France

Canddie MAGDELENAT rappelle que WWF est une ONG déployée dans cent pays. Plusieurs de ses bureaux travaillent sur les questions urbaines. Le rapport Planète Vivante édité par WWF tous les deux ans prouve que l'humanité consomme aujourd'hui l'équivalent d'une planète et demie, épuisant les ressources renouvelables. Si le mode de vie à la Française et le modèle industriel perduraient, deux planètes et demie s'avéreraient nécessaires. L'ONU prévoit que 70 % de la population sera urbaine en 2050. Or les villes émettent 70 % des gaz à effet de serre. Cependant, pour WWF, les villes constituent également des solutions. Elles représentent notamment 80 % du PIB mondial.

WWF part du principe qu'il convient de réinventer les villes, à la manière d'un écosystème. Ce nouveau modèle repose sur une densité plus acceptable, une modification des modes de déplacement, d'habitat, l'intégration de la biodiversité et des changements climatiques et la réintégration de l'énergie.

Le bureau suédois de WWF s'implique dans une initiative mondiale, « *Our favoure city challenge* », une compétition qui vise à valoriser les actions et les engagements pris par les collectivités en faveur du climat. En Chine, ce sont les solutions visant à lutter contre les pollutions locales qui sont mises en exergue. Un travail particulier est également mené avec les villes en pleine expansion.

WWF France travaille à partir de la méthodologie « *One planet living* », une initiative développée pour la première fois dans un quartier en banlieue de Londres en 2004 et reprise dans d'autres pays. Cette démarche repose sur dix principes de durabilité dans une approche intégrée, sur les phases de conception, de construction et d'usage d'un quartier.

Ce premier quartier durable WWF est situé sur le périmètre de Lyon Confluence, derrière la gare Perrache. WWF France offre un accompagnement aux collectivités, les aide à définir les objectifs et à mettre en œuvre le projet, mais ne délivre pas de label ou de certification. Ce projet, qui s'étend sur 150 hectares, représente à terme 16 000 nouveaux habitants et 25 000 nouveaux salariés. Il ne prévoit pas d'émissions de gaz à effet de serre supplémentaires entre 2000 et 2020, ce qui suppose l'éco-rénovation des bâtiments existants et la construction de bâtiments basse consommation et d'ilots à économie positive. 80 % de l'énergie provient des énergies renouvelables. Le réseau de chaleur urbain bénéficie à la fois aux nouvelles constructions et aux bâtiments déjà existants. Des outils de sensibilisation influent également sur les modes de vie des habitants. Un marché de producteurs locaux et des jardins partagés ont également été mis en place.

Ces innovations sont financées par différents mécanismes, incluant des financeurs institutionnels et des partenaires privés. Lyon Confluence fait notamment partie du projet européen H2020.

VII. Helixee ou la nouvelle sauvegarde des données

Virginie GUIONET explique que Novathings est une start-up française qui a conçu Helixee, un objet connecté qui sauvegarde automatiquement toutes les données des smartphones. Les photos, vidéos, contacts ont une valeur humaine importante, pourtant, elles sont peu sécurisées. Seulement 8 % des Français (11 % des Européens) payent aujourd'hui une solution de cloud. Par ailleurs, certaines personnes ne souhaitent pas donner toutes leurs données personnelles aux GAFA, acronyme de Google, Apple, Facebook et Amazon qui désignent les géants américains.

Créée en octobre 2014 à Meyreuil, Novathings propose à ses clients un outil très intuitif et ergonomique, accessible à tous. L'entreprise a été créée par six associés, professionnels du Web. Dotée d'un capital social, l'entreprise a notamment financé Helixee par le biais d'une levée de fonds réussie via la crowdfunding, sur Kickstarter.

Novathings est membre du Pôle de compétitivité SCS, Solutions communicantes sécurisées de PACA. L'entreprise a été récemment sélectionnée pour témoigner de ses savoir-faire lors du Consumer Electronics Show de Las Vegas. Novathings est également membre de la French Tech, label développé par le gouvernement pour promouvoir les entreprises françaises innovantes. Un brevet a été déposé pour garantir la sécurité des données, qui seront cryptées. En 2016, Novathings a participé au plus grand salon de l'électronique du monde, le *Consumer Electronic Show*.

Virginie GUIONET indique que les *datas centers* produisent aujourd'hui 2 % des gaz à effet de serre de la planète et que cette part devrait augmenter. Helixee ne consomme que 5 volts au lieu de 12, n'a pas besoin de ventilateurs ce qui rend le système silencieux et beaucoup moins polluant. Helixee sera fabriqué par des entreprises françaises, ce qui permet de maintenir l'emploi. La production devrait être lancée très prochainement. Helixee pourrait être disponible dans la grande distribution au mois de septembre. Le prix de lancement est compris entre 199 euros pour 1 Téra et 249 euros pour le 2 Téra.

VIII. La rencontre fructueuse entre la CAMIF et Citizen Capital

Laurence MEHAIGNERIE souligne qu'elle et Emery JACQUILLART constitue une solution demain à eux deux en tant que couple actionnaire d'entreprise. Elle représente la financière, lui l'entrepreneur.

Laurence MEHAIGNERIE explique qu'initialement, elle ne se destinait pas à la finance mais plutôt à la sphère publique. Elle a grandi avec l'idée que, pour participer au changement de la société, il convenait d'agir dans le monde politique ou associatif et non depuis une entreprise, en générant des profits. 80 % des PME ont toujours cette vision. Désormais, Laurence MEHAIGNERIE est persuadée que les entreprises constituent un des plus puissants leviers de changement sociétal. C'est la raison pour laquelle elle a fondé Citizen Capital, un fonds d'investissement appartenant à l'*impact investing*, c'est-à-dire des investissements qui cherchent à la fois à avoir un rendement financier en même temps qu'un bénéfice social.

Citizen Capital a donc pour objectif de donner les moyens à des entrepreneurs qui intègrent une ambition sociétale. Au départ, il y a sept ans, Citizen Capital disposait de 9 millions d'euros. Désormais, le fonds compte 60 millions d'euros sous gestion et investit des montants de 1 à 5 millions dans des entreprises dont le modèle de croissance doit contribuer à démultiplier leur impact social. Sur les 600 entrepreneurs que Laurence MEHAIGNERIE a rencontrés ces dernières années, la majorité avait réellement envie d'apporter quelque chose à la société.

Ce changement récent de mentalité s'explique par plusieurs facteurs. La révolution numérique permet désormais d'adresser des besoins sociétaux partout dans le monde avec un niveau d'investissement en capital relativement limité. Par ailleurs, l'entreprise doit réussir à retenir ses collaborateurs et ses talents en rendant les gens heureux. La raréfaction des ressources publiques ouvre de nouveaux marchés. Enfin, les nouveaux modèles économiques se traduisent par l'avènement des expérimentations et l'innovation constante. Les entreprises qui se sentent investies d'une mission possèdent une force, qui devient un avantage compétitif. Elles savent innover et fidéliser leurs clients. Ainsi, lorsqu'il a repris la CAMIF, Emery JACQUILLART a souhaité inviter ses clients à réfléchir au sens qu'ils donnent à leurs achats.

Emery JACQUILLART assure qu'il ne serait pas présent aujourd'hui s'il n'avait pas rencontré Laurence MEHAIGNERIE. Son projet de reprise de la CAMIF est né de sa conviction profonde qu'une grande marque ne meurt jamais et qu'une telle entreprise pouvait prospérer grâce au numérique et à l'agilité. Le principal enjeu a consisté à convaincre les acteurs de Niort qu'ils pouvaient faire confiance à un entrepreneur. Emery JACQUILLART a fait le choix de recentrer l'offre de la CAMIF sur l'équipement de maison, en sélectionnant uniquement des produits de qualité, en faisant le pari de la fabrication française et en portant une attention particulière aux enjeux du développement durable.