

Ces 3 entreprises parient sur leur valeur sociale pour grandir

Dénicher un collaborateur, repérer une source de financement, inciter les personnes ou entités tierces à investir reposent sur l'attractivité d'une entreprise. Sa valeur sociale peut être un argument de poids. Témoignages de trois startups.

Temps de lecture : minute

1 avril 2021

"*L'inclusion et l'insertion favorisent la performance des entreprises*" , analyse Théo Scubla qui a fondé each One en 2015. Cette startup tricolore a mis en place un programme d'accompagnement et de formations, en partenariat avec les grandes écoles (HEC, Sciences Po, Essec, ESCP, etc.) pour faciliter l'insertion des personnes réfugiées. C'est également dans cette dynamique qu'il a créé le cabinet en recrutement Wero en 2018 pour le même public. Au total, ce sont près de 150 recrutements qui ont été effectués entre 2018 et 2020 auprès de grands groupes français, énonce le dirigeant.

Chez Kliner, startup spécialisée dans la mise à disposition d'agents d'entretien, le constat est similaire. "*Nombreux sont les agents d'entretien avec qui nous travaillons qui portent en eux de vrais valeurs liées à leur parcours. Ces personnes sont déterminées*" , avance Brice Ngouo, fondateur de la petite entreprise (9 salariés), avant de poursuivre : "*C'est pourquoi, nous allons monter rapidement la Kliner Academy dont l'accompagnement permettra une meilleure insertion dans la société*" . La startup, qui s'appuie sur des centaines de données pour proposer des prestations adaptées à la demande, a décidé de travailler en étroite collaboration avec les associations dans chaque région de France. Une

centaine de profils seront acceptés puis intégreront la plateforme. C'est aussi dans ce réservoir que la startup pourra puiser pour mieux servir ses clients. *"En pleine pandémie, les agents d'entretien ont montré l'impact qu'ils avaient dans notre société. Durant la Covid-19, leur importance est cruciale pour maintenir la propreté dans les espaces publics et clos limitant ainsi la propagation du virus. Nous leur rendons rarement hommage. Nous leur devons tous cette reconnaissance"*.

La valeur sociale n'est en rien un frein à la rentabilité d'une entreprise. *"L'aspect social est une vraie valeur ajoutée qui fédère les clients en communauté. Lorsqu'une entreprise n'expose que le profit comme seul argument, cela repousse les clients avec qui nous devons bâtir un lien"* , indique Brice Ngouo. C'est aussi cette raison qui a poussé l'entrepreneur à chercher un financement participatif sur Wedogood plutôt que de procéder à une levée de fonds classique. Son idée : trouver un moyen de soutenir encore davantage sa croissance avec une marque portée fièrement par celles et ceux qui l'auront soutenue, estime-t-il. Kliner revendique 17 000 téléchargements payants rien que pour l'Ile-de-France. Chez each One, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires supérieur à 357 000 euros en 2019 et malgré la pandémie a même multiplié son chiffre d'affaires par quatre.

Valider une stratégie de "bootstrapping"

Développer la valeur sociale d'une entreprise renforce également la relation client et valide la stratégie du bootstrapping. Cette dernière vise à auto-financer son entreprise en amorçage via de *la love money* ou plus simplement via la vente. *"Nous avons démarré avec un couteau et une marmite"* , se rappelle Donia Amamra - co-fondatrice de MeetMyMama - startup qui révèle les talents culinaires de "mamas", des femmes originaires du monde entier. Et c'est cette vision sociale qui a séduit les grands groupes puisque c'est un moyen pour eux d'afficher leur responsabilité sociétale en choisissant des prestataires en adéquation

avec leurs valeurs.

Meet My Mama a été lancée en 2017 sans apport extérieur. Aujourd'hui, l'entreprise regroupe 200 mamas, 18 salariés et sa fondatrice Loubna Ksibi affirme réaliser un chiffre d'affaires supérieur à 1 million d'euros. "*Il n'est pas nécessaire d'avoir beaucoup d'argent pour démarrer. Tester une idée ne coûte rien*" , souligne-t-elle. Un avis qui est partagé par de nombreux incubateurs dans le monde dont le Backstage Accelerator. Le célèbre incubateur, issu du fonds Backstage Capital dirigé par l'emblématique Arlan Hamilton, aime à rappeler que la plupart des startups n'ont pas besoin de financements extérieurs pour se lancer. "*Nous avons parié sur la réception de 800 dossiers au moment du démarrage de notre programme d'accélération. Nous n'investissons historiquement que dans 3% des dossiers que nous recevons donc ça faisait environ 24 places disponibles. Nous avons reçu 1800 dossiers!*" , énonçait-elle dans un tweet.

Même observation pour la Kauffmann Fondation. Selon l'institution, 0,5% des startups américaines ont levé des fonds grâce au private-equity alors que 64% des nouvelles pépites se sont financées par le *love money* et les ventes réalisées par l'entreprise. En France, selon l'Insee, près d'une entreprise sur deux démarre avec moins de 8 000 euros. De son côté, si Kliner a pu tenir sans levée de fonds, c'est aussi parce que le modèle économique a été rapidement trouvé. Sur le montant facturé pour chaque mission, l'entreprise prend une commission (de 10 à 15%) avant de verser sa rémunération à l'aide-ménagère. Si certaines entreprises tiennent debout en pleine crise, c'est parce qu'elles fédèrent des communautés suffisamment fortes, portées par leur vision sociale, alimentant de facto finalement leur croissance. Un retour à certains fondamentaux de l'entrepreneuriat.

