

Créer une entreprise à impact, une création comme les autres ?

Agrément ESUS, association loi 1901, entreprise à missions... les statuts qui régissent l'aspiration d'un monde plus responsable sont nombreux et leurs particularités parfois complexes. Mais au fond, qu'est-ce qui différencie la création d'une entreprise à impact d'une entreprise traditionnelle ? Éléments de réponse avec Maddyness.

Temps de lecture : minute

13 juillet 2022

Définis par l'ONU, les 17 Objectifs de Développement Durable sont aujourd'hui une référence des enjeux autour desquels se jouent l'avenir de la planète et de celles et ceux qui y vivent. Cette classification permet de donner un cadre à ce qui se joue, et aux leviers d'action qui peuvent y répondre.

L'impact, quel impact ?

Ces leviers peuvent prendre diverses formes, présenter diverses ramifications, ou typologies, mais toutes ont en commun de correspondre à peu de choses près à un ou plusieurs de ces Objectifs. Pour Sophie Vannier, cofondatrice de La Ruche, organisme de formation, d'accompagnement, et de conseils de porteurs et porteuses de projets à impact, la définition de l'impact est d'ailleurs la partie prépondérante de la création : " *La notion d'impact est la clé de voute du projet d'entreprise. C'est celle qui va tout définir, des besoins aux interlocuteurs, du statut juridique, au public visé. Il est impératif de choisir précisément l'impact que l'on veut avoir pour que tout le reste en*

découle de façon cohérente ".

Un avis partagé par Frédéric Mugnier, co-fondateur de Faguo, qui précise : *" L'impact est une direction plus qu'un point d'arrivée. On peut parfois être un peu décontenancé face à la multiplicité des enjeux possibles, mais il faut se concentrer sur trois objectifs clairs, pour ne pas se perdre. On parle ici d'entreprises qui doivent être rentables, donc il faut traduire ces objectifs d'impact en modèles économiques clairs, on ne peut pas le faire en répondant simultanément aux 17 objectifs de l'ONU. "*

Et le fondateur de la marque de baskets de mettre le doigt sur une articulation pas toujours évidente entre rentabilité économique et impact positif sur la société. Pourtant, ces deux notions sont loin d'être incompatibles, poursuit-il : *" Il ne faut jamais arbitrer au détriment de l'impact, de la rentabilité, ou du produit. Ces trois domaines doivent servir de pilier à toute la démarche entrepreneuriale, l'un ne peut pas aller sans les deux autres. C'est précisément la définition des sociétés à impact. "*

Pour ces entrepreneurs et entrepreneures qui se prévalent d'une mission d'intérêt général, celle-ci est un élément structurant de plus, qui complète, mais ne remplace pas le cadre traditionnel de la création de n'importe quelle entreprise.

Une notion éminemment collective

La solitude du créateur ou de la créatrice d'entreprise est un serpent de mer. On ne compte plus les témoignages de celles et ceux qui regrettent qu'un projet puisse impliquer une forme d'isolement. Le mythe de la création individuelle a la peau dure. Pourtant, de nombreuses structures d'accompagnement, réseaux d'entrepreneurs et autres groupements d'entreprises existent. C'est vrai pour toute société, plus encore pour celles à impact. Vulfran de Rischoultz, co-fondateur de la marque de baskets colorées Panafrica, insiste sur l'importance de s'ouvrir à d'autres interlocuteurs : *" Quand nous avons lancé l'entreprise, nous avons fait le*

tour de tous ceux qui pouvaient nous aider. Chambre de commerce, pôle emploi, banques, réseaux d'accompagnement, avocats, il y a en France beaucoup d'experts prêts à venir en aide à des entrepreneurs, a fortiori pour un projet à impact. "

La Ruche fait partie de ces réseaux d'accompagnement générateurs de lien entre les entrepreneurs et entrepreneuses et l'ensemble de l'écosystème. Sophie Vannier abonde : *" Bien s'entourer devrait être le premier conseil qu'un porteur de projet entend. L'entrepreneuriat à impact est relativement récent, mais déjà de nombreux réseaux s'y prêtent. On peut citer l'ADIP, France Active, mais aussi de plus en plus de fonds d'investissements à impact ou des acteurs plus traditionnels qui s'impliquent pleinement sur le sujet. "*

Parmi ces derniers, les banques, dont BNP Paribas, avec son dispositif Act For Impact qui permet d'accompagner les entrepreneurs à impact, avec notamment 200 chargés d'affaires en France spécialisés sur les enjeux sociaux et environnementaux. Sophie Vannier déclare ainsi : *" une des différences majeures entre un projet classique et un projet à impact, c'est la chronologie. L'entrepreneuriat nécessite toujours un temps long, mais pour un projet à impact, ce temps est encore amplifié. La rentabilité est souvent plus longue à atteindre, la BNP Paribas, qui nous accompagne depuis 2015, a bien compris ce besoin de patience. "*

Finalement, la création d'une entreprise à impact ressemble sur le fond à toute démarche de création d'entreprise, saupoudrée de quelques éléments distinctifs. Sur les valeurs et les leviers, les étapes clés, le parcours est relativement semblable.

Comme le souligne Raphaële Leroy, Directrice de l'Engagement d'Entreprise pour la Banque Commerciale en France de BNP PARIBAS, *" il est donc crucial à la fois de soutenir l'émergence de ces entrepreneurs à impact, mais aussi de détecter les plus belles pépites et de les aider à*

donner toute leur puissance. Comment nous mobiliser pour faire émerger les champions à impact de l'économie de demain ? Nous devons financer ces entreprises mais aussi les rendre davantage visibles. En augmentant leur notoriété, nous les aidons à trouver de nouveaux clients et, in fine, à décupler leur impact. "

Inscrivez-vous à Maddyn'ESS, la newsletter des pépites de l'économie à impact.

Article écrit par Maddyness, en partenariat avec BNP Paribas.