

Blend gagnant de la communication et de l'impact pour Café Joyeux

Heureux, les fondateurs de Café Joyeux peuvent l'être. Ils sont lauréats du concours My Com for Impact lancé par BNP Paribas et Publicis France. Une opportunité de renforcer leur stratégie de communication - parce que l'impact mérite toute la visibilité possible.

Temps de lecture : minute

19 juillet 2024

Une dotation de 200.000 euros, pour un dispositif de communication piloté par Publicis France : voici ce qu'ont remporté Lydwine et Yann Bucaille-Lanrezac avec Café Joyeux, lors de la 3e édition de My Com for Impact de BNP Paribas et Publicis France. De quoi réjouir ces fondateurs de la chaîne de cafés-restaurants solidaires, qui se sont donnés pour mission de faciliter l'accès au travail des personnes en situation de handicap mental ou cognitif. « *Nous sommes gâtés et heureux de ce prix, qui est à la fois une reconnaissance et un soutien*, explique Yann Bucaille-Lanrezac dans un sourire. *Mais ce qui m'enthousiasme plus encore est de voir un acteur comme BNP Paribas, un leader de son secteur et de l'économie "traditionnelle", mettre un peu de sa force de frappe au service de petites structures à impact.* »

La communication est en effet souvent l'enfant pauvre des entreprises à impact, concentrées sur la défense de leur mission et la viabilité de leur modèle. « *Pourtant, la communication est indispensable pour gagner en visibilité auprès des clients. Elle est un levier important dans le passage à l'échelle, voilà pourquoi nous avons voulu lui dédier un dispositif spécifique*

avec Publicis », analyse Raphaèle Leroy, directrice de l'engagement d'entreprise de la Banque Commerciale en France chez BNP Paribas. Ce qui a séduit le jury chez Café Joyeux ? D'abord la personnalité des fondateurs, un couple à la ville comme dans les affaires. Le fait aussi que Café Joyeux ait démontré la viabilité de sa stratégie et de son modèle. D'ailleurs, il s'apprête à franchir une nouvelle étape dans ses activités ; une étape dans laquelle l'expertise de Publicis France va s'avérer bien utile.

Outre ses lieux de restauration, l'entreprise commercialise en effet du café et du thé. Jusqu'ici cantonnée au B2B, la société se lance maintenant dans la grande distribution. *« Nous allons nous appuyer sur Publicis France pour déterminer le bon positionnement de nos produits. Faut-il les mettre en avant en tant que produits issus d'une entreprise à impact ? Ou bien promouvoir leur qualité, l'expertise de la jeune femme "Meilleur Ouvrier de France" qui opère la sélection de notre café ? »*, s'interroge Yann Bucaille-Lanrezac.

Bâtir des ponts entre économie à impact et économie du quotidien

L'intégration des produits Café Joyeux sur les linéaires ultra-compétitifs des magasins alimentaires est une illustration du défi des entreprises à impact : elles doivent parvenir à conquérir un nombre toujours plus important de clients, tout en poursuivant leur mission d'impact. *« Mais nous sommes persuadés que les sociétés à impact vont jouer un rôle de plus en plus important dans nos économies, aux côtés des entreprises traditionnelles, qui vont elles aussi devoir de se transformer, notamment au regard de la réglementation CSRD »*, confirme Raphaèle Leroy.

Favoriser les liens entre ces différents modèles d'entreprises, et plus largement entre tout un écosystème d'acteurs économiques, est d'ailleurs une mission que s'est donnée BNP Paribas. *« Nous avons*

lancé notre programme d'accompagnement dédié aux entrepreneurs à impact Act for Impact il y a 10 ans. Il s'est enrichi à mesure que ces entreprises gagnaient en maturité, à mesure également que nous appréhendions de mieux en mieux leurs besoins et méthodes de fonctionnement », explique Raphaèle Leroy. C'est justement en s'inspirant de l'esprit collaboratif des entrepreneurs à impact que la banque a décidé de favoriser les partenariats avec des entreprises traditionnelles, des incubateurs, des investisseurs...

Un autre signe de la maturité de l'économie à impact se trouve d'ailleurs dans les faveurs des investisseurs : *« Aujourd'hui presque tous les fonds d'investissement généralistes consacrent une part de leurs investissements à l'impact. Il y a encore quelques années, il était cantonné à des fonds dédiés* », se félicite Raphaèle Leroy. Une avancée notamment permise par l'élaboration d'outils spécifiques de mesure du risque et de la performance, qui intègrent l'impact aux côtés des indicateurs financiers. De quoi ravir Café Joyeux, qui rappelle que 99 % de ses équipiers en situation de handicap estiment que travailler dans l'entreprise améliore leurs interactions sociales, mais aussi leur autonomie (93 %) et leur confiance en eux (90 %). *« Face à de tels bénéfices, je suis convaincu qu'il faut continuer à réconcilier les différents modèles d'entreprises, les différentes réalités économiques* », conclut Yann Bucaille-Lanrezac.



À lire aussi
Alter equity lance son troisième fonds à impact



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

