

Lubomila Jordanova (Plan A) : «De nombreuses entreprises vont mourir si elles ne se concentrent pas sur le développement durable»

GRAND ENTRETIEN – Avec sa plateforme de décarbonation des entreprises, Lubomila Jordanova, co-fondatrice et CEO de Plan A, est en première ligne pour répondre à l'urgence climatique. Maddyness a pu échanger avec elle pour faire le point sur son entreprise et les défis à relever pour le secteur de la greentech.

Temps de lecture : minute

12 septembre 2024

Dans un secteur de la greentech en plein essor en France et en Europe, Plan A a une belle carte à jouer. Créée en 2017 par Lubomila Jordanova et Nathan Bonnisseau, la startup franco-allemande est pionnière dans sa catégorie : elle a développé une plateforme SaaS de comptabilité carbone, de décarbonisation et de reporting ESG pour les entreprises.

Grâce à la combinaison de technologies de pointe et l'intégration des dernières normes et méthodologies scientifiques, Plan A permet aux entreprises de gérer l'ensemble de leur parcours net-zéro. À partir d'un guichet unique, ces dernières peuvent maîtriser leur trajectoire, de la collecte de données au calcul des émissions, en passant par la définition d'objectifs et la planification de la décarbonation, jusqu'à l'établissement de rapports non financiers.

Plan A, greentech certifiée B-Corp, collabore notamment avec Chloé, Visa

ou encore Sorare. La société a levé 27 millions de dollars en septembre 2023 pour accélérer le développement de sa plateforme de décarbonation des entreprises et poursuivre sa montée en puissance en Europe.

Maddyness a fait le point sur l'expansion de la jeune pousse et ses ambitions à l'occasion d'un entretien avec Lubomila Jordanova, cofondatrice et CEO de Plan A.

MADDYNESS – Vous avez fondé Plan A il y a environ sept ans. C'était une évidence pour vous de lancer une startup œuvrant en faveur de la Terre ?

LUBOMILA JORDANOVA – Avant Plan A, j'avais toujours travaillé dans la finance. J'étais dans la banque de détail, la banque d'investissement, un peu de capital-risque et enfin dans la finTech. Dans ce dernier, j'ai vu comment l'open banking a impacté l'écosystème. Il a permis à beaucoup d'innovations d'arriver dans le secteur bancaire et à un écosystème de solutions technologiques de commencer à évoluer très rapidement. J'ai eu l'impression que 2016 était pour moi ce moment sans Open Banking Act, où après avoir étudié le changement climatique, la science et l'industrie, j'ai réalisé que nous soutenions la durabilité et aussi les impacts sur l'économie associés à ces sujets.

J'ai rapidement compris qu'il y avait un grand défi à relever lié au coût de l'inaction et j'ai consacré 2016 à en apprendre davantage sur le changement climatique en étudiant des articles scientifiques, en regardant des documentaires et beaucoup de vidéos ainsi qu'en parlant à des personnes du monde universitaire pour découvrir que le problème était encore plus grand que tout ce que j'avais découvert par moi-même. Ainsi, il est devenu évident en 2017 que la solution était de créer une entreprise qui ouvrirait la voie à la numérisation de la durabilité et ce lien entre l'économie et tout impact environnemental qu'une entreprise pourrait avoir.

A l'issue de mon enquête et de mes discussions dans ce cadre en 2016,

j'en suis ressorti avec plusieurs hypothèses : l'une était que les entreprises devaient être au cœur de la lutte contre le changement climatique en se concentrant sur le suivi de la science, et une autre était de s'assurer que les différentes parties prenantes travaillent ensemble. Toutefois, cette hypothèse implique de faire attention que ces acteurs aient bel et bien le droit de travailler ensemble, car une entreprise est profondément dépendante de la législation, de ses consommateurs et des individus qui travaillent dans ses rangs.

Ces trois hypothèses m'ont poussé vers une proposition de valeur qui soutenait numériquement les entreprises pour lutter contre le changement climatique, de manière à être écologiquement et économiquement viables.

Greenwashing : «Nous ne travaillons pas avec quelqu'un qui veut juste un sceau d'approbation»

Vous travaillez avec des entreprises comme Visa et Sorare, qui est une startup très connue dans l'écosystème français, mais il y a parfois une frontière assez fine entre l'impact réel et le greenwashing. À votre avis, quelle est la clé pour éviter le greenwashing et pousser les entreprises à avoir un réel impact sur l'environnement, que ce soit pour elles-mêmes et pour la société ?

Nous travaillons avec de nombreuses industries différentes dans le domaine de la mode, comme Chloé en France, nous travaillons également avec des scale-ups phénoménales en France, comme vous l'avez mentionné avec Sorare, mais aussi Mirakl, ainsi que de grandes institutions du secteur financier comme Visa et bien d'autres.

Ce que nous voyons comme dénominateur commun entre toutes ces

entreprises, c'est qu'elles doivent d'abord être informées de l'ampleur, de la taille et de l'impact du problème, pour ensuite prendre des mesures qui ne vont pas conduire à du greenwashing, car n'importe quelle entreprise peut venir nous voir et nous dire qu'elle veut faire ceci ou cela. Certaines pensent qu'il suffit de préparer un rapport ESG et de le publier sur leurs réseaux sociaux. En ajoutant quelques photos et un communiqué de presse, des entreprises pensent qu'elles sont tranquilles jusqu'à l'année prochaine. Mais en fonction de notre projet, de notre produit et également de notre approche en termes de valeurs dans l'entreprise, cela ne fonctionne pas. Nous ne travaillons pas avec quelqu'un qui veut juste un sceau d'approbation. Si c'est le cas, on l'exclut.

Nous proposons un produit qui permet des évaluations continues et suggère automatiquement des améliorations scientifiquement prouvées par une grande équipe scientifique nous ayant également permis d'avoir une vérification sur la méthodologie. Et enfin, nous avons en fait, pour ainsi dire, une liste noire d'entreprises avec lesquelles nous ne travaillons pas. Celles-ci ne sont pas nécessairement basées sur leur secteur, mais sur quelques points communs clés, qu'elles aient ou non une équipe de développement durable, qu'elles aient ou non un engagement désigné envers un objectif net zéro, ou qu'elles soient prêtes à en faire un.

Il existe également des certifications pour prouver votre action envers la société et l'environnement. Par exemple, vous êtes une entreprise labellisé B Corp. Estimez-vous qu'il est très important d'obtenir une telle certification aujourd'hui ?

Nous avons pris de nombreuses mesures pour nous assurer que nous mettons en pratique nos principes en tant qu'entreprise, car moi, en tant que directrice générale de l'entreprise, je ne me sentrais pas à l'aise de sortir quoi que ce soit sur scène ou même simplement devant des clients pour leur dire de prêter attention à la durabilité et de prendre des engagements dans ce sens, si nous n'avions pas les données pour

prouver que nous faisons notre part en tant qu'entreprise, et moi aussi en tant que dirigeante de l'entreprise.

Au premier niveau, nous parlons de la gestion de nos propres coûts et des émissions de CO2. Nous sommes l'une des rares entreprises du secteur à avoir un objectif basé sur la science qui est déjà pour quelques années. Nous envisageons une baisse de 55 % pour commencer, ce qui est assez significatif par rapport aux -45 % que l'on voit habituellement.

Nous sommes B Corp. La raison pour laquelle nous avons décidé décrocher cette certification est que cela pousse à respecter d'autres types de principes. Vous vous assurez également qu'il existe certaines politiques au sein de l'entreprise et un code de conduite que vous devez suivre pour vous assurer que vous faites ce qu'il faut. L'année dernière, nous avons été récompensés comme les 5 % les plus performants au monde en matière de gouvernance, ce qui est un engagement que nous prenons également envers nos employés. Et en plus de cela, nous avons également des sessions de formation continues dans l'entreprise, et un certain nombre d'initiatives différentes.

Je suis également impliqué dans un certain nombre d'initiatives différentes en tant qu'individu, pour m'assurer que si vous nous contactez sur un sujet, nous avons les réponses, qui seront ensuite traduites en conseils donnés également à nos clients.

Lubomila Jordanova s'est installée à Paris

Depuis votre création, les choses se passent plutôt bien pour votre entreprise. L'année dernière, vous avez levé 27 millions de dollars. Et l'un des objectifs de cette opération était d'accélérer en France. Vous avez d'ailleurs déménagé à Paris ?

Exactement, oui. Ces six derniers mois ont été très passionnants. J'ai

passé beaucoup de temps, notamment à Paris. Je pense que c'est intéressant d'observer l'écosystème français, car il s'est clairement développé différemment des autres, dans le sens où beaucoup plus d'entreprises ont vu le jour au cours des deux ou trois dernières années dans le domaine du développement durable. De plus, j'ai l'impression que les points forts sont très différents de ceux des autres marchés européens. Les Français parlent d'un engagement sociétal beaucoup plus important sur le sujet.

Ce que nous avons vu et qui nous est très utile, c'est que nous avons la chance de travailler avec ceux qui sont les plus avancés en termes de planification de la décarbonation. Je fais également partie du conseil d'administration du développement durable de Chloé. Nous avons donc quelques points de contact avec l'écosystème. Et nous avons une belle équipe là-bas qui est avec certains de nos cadres supérieurs du côté commercial.

Dans l'ensemble, ces six mois d'exploration ont été incroyablement utiles pour apprendre à connaître l'écosystème, et aussi les principales parties prenantes qui travaillent ensemble avec certains de nos investisseurs. Nous avons notamment Demeter et BNP Paribas. Et je dirais que nous voulons simplement avoir une vue d'ensemble sur le marché français.

«Plus on est de fous, mieux c'est !»

Aujourd'hui, la greentech est l'une des forces motrices de la French Tech. Et dans ce secteur, il y a par exemple Greenly, qui est proche de votre marché. Considérez-vous cette entreprise et d'autres acteurs similaires comme des concurrents ? Ou les voyez-vous comme des acteurs complémentaires à votre action ?

Nous ne considérons pas Greenly comme un concurrent. Je pense qu'ils se

concentrent beaucoup plus sur le petit segment du marché en termes d'entreprises. Du moins, c'est ce que je sais d'après leurs communiqués de presse concernant leur financement. Pour nous, il est extrêmement important d'évaluer ce segment technologique comme un secteur dans lequel la concurrence est non seulement saine, mais aussi quelque chose qui permet aux entreprises d'accélérer leurs engagements. Parce que la concurrence permet également des écarts de prix, et peut-être aussi des propositions de valeur différentes.

Nous travaillons avec un segment d'entreprises qui sont particulièrement concentrées sur la création d'une compréhension claire du retour sur investissement en matière de durabilité en termes monétaires plutôt que seulement sur la conformité, qui a été l'objectif principal de la majorité des acteurs. Et nous accueillons toute personne prête à offrir quelque chose de viable, parce que nous devons simplement être en mesure de faire avancer ce programme le plus rapidement possible. Je suis profondément préoccupé par tout ce qui se passe en ce qui concerne le changement climatique dans son ensemble. Donc plus on est de fous, mieux c'est !

Il y a des pays qui sont très forts en matière d'impact et de greentech, notamment les pays nordiques, à l'image de la Suède. Avez-vous envie d'accroître votre présence dans cette région ?

Depuis le début de l'année, nous avons un bureau à Stockholm. Nous sommes basés dans la Norrskan House, donc connectés à la communauté d'impact. Et c'est incroyablement intéressant d'en apprendre davantage sur les pays nordiques. Ils sont certainement très différents au niveau de leur approche sur l'application de la technologie à grande échelle. Ils ne travaillent pas avec les personnes obsédées par le battage médiatique, de la même manière que la France, l'Allemagne ou le Royaume-Uni.

Par ailleurs, ils ont une approche beaucoup plus axée sur le capital

patient, ce qui permet peut-être aux entreprises de se développer plus localement, mais certainement avec un résultat qui profite davantage aux parties prenantes à grande échelle. Je suis allé récemment en Suède et l'écosystème fonctionne d'une manière différente. J'ai trouvé cela incroyablement instructif et aussi assez révélateur car ils agissent davantage comme une unité. Ce n'est pas les investisseurs contre les startups, ou les investisseurs et les politiciens. Tout le monde est ensemble. Et ils poussent tous à la promotion de la région. Ce qui est, à mon avis, dans la réalité d'aujourd'hui, incroyablement bénéfique.

Vous avez parlé de la Norrsken House, et c'est intéressant parce qu'il s'agit en quelque sorte d'un «Station F» dédié à l'impact d'une certaine manière. C'est un endroit vraiment spécial qui symbolise bien la mentalité suédoise au sujet de la greentech. Quand on parle d'impact avec des entrepreneurs suédois, ils ne disent pas juste qu'il faut essayer mais qu'il faut y arriver concernant l'urgence climatique. C'est très différent de la France, de l'Allemagne et du Royaume-Uni...

Exactement ! C'est une approche différente de la construction de l'écosystème, mais aussi de ce soutien chaleureux. Je pense que l'angle qu'ils ont adopté permet potentiellement une mise à l'échelle plus rapide au sein d'un certain segment. Je l'ai vu avec Norrsken et l'influence de la communauté qui y est connectée fait une grande différence parce que les jeunes entrepreneurs osent rêver d'une manière différente plutôt que de penser uniquement à l'approche compétitive avec laquelle, dans la réalité d'aujourd'hui, la technologie ne peut pas continuer à évoluer, à mon avis.

«Nous perdons actuellement des milliards et des milliers de milliards de dollars de l'économie à cause de l'inaction face au

changement climatique»

Pour faire décoller une greentech, il faut bien sûr de l'argent. Pensez-vous lever à nouveau des fonds au cours des prochains mois ou l'année prochaine ?

Nous y pensons. Nous sommes une entreprise qui a déjà levé environ 50 millions de dollars et nous avons adopté une approche qui consiste à nous assurer que la levée de fonds est toujours alignée sur les étapes franchies, pas nécessairement en réaction au battage médiatique, mais davantage sur la réalisation de l'adéquation produit-marché. Et cela semble être un moment de confiance pour nous, compte tenu de ce qui s'est passé ces derniers mois. Nous avons également des annonces incroyablement passionnantes à faire. Nous avons annoncé de nouveaux produits ces derniers mois, notamment à VivaTech, et d'autres annonces arrivent. Alors restez à l'écoute !

Vous prenez régulièrement la parole à des conférences et dans les médias pour parler de la décarbonation de la Terre. Alors si vous pouvez donner un conseil aux entreprises dans ce sens, quel serait-il ?

Cela fait huit ans que je travaille sur ce sujet. Et la seule conclusion à laquelle je peux arriver aujourd'hui est qu'hier, c'était déjà trop tard. Nous perdons actuellement des milliards et des milliers de milliards de dollars de l'économie à cause de l'inaction face au changement climatique. Rien que pour le secteur alimentaire, on parle d'une perte annuelle de milliers de milliards de dollars.

Lorsque nous parlons de l'augmentation des coûts liés aux risques climatiques, nous parlons de 600 % rien qu'au cours des dernières années. Ce sont des coûts qui sont couverts par les compagnies d'assurance, les banques, les particuliers, les entreprises de toutes sortes ou quiconque touche un produit physique au quotidien.

Dans cet esprit, ceux qui osent maintenant être à la pointe de leur secteur et faire pression pour que des investissements réels soient réalisés dans la décarbonation vont en récolter les fruits en gagnant beaucoup plus d'argent et en restant viables, mais aussi en survivant, car de nombreuses entreprises vont mourir si elles ne se concentrent pas sur le développement durable en mettant l'accent sur la décarbonation.



À lire aussi

Décarbonation : Plan A lève 27 millions de dollars pour accélérer en France



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion