

Squiz, la "B-corp" franco-américaine qui veut changer le monde avec des gourdes

Pour limiter la production de déchets et faire des économies, Squiz a imaginé des gourdes réutilisables. Convaincus qu'il est possible de faire rimer succès commercial et engagement citoyen, ses fondateurs portent haut leurs valeurs. Retour sur ce modèle militant avec Elizabeth Soubelet, sa cofondatrice.

Temps de lecture : minute

8 novembre 2018

Concilier une vie moderne de plus en plus nomade et le respect de la planète tout en épargnant leurs porte-monnaie, telles sont les préoccupations de plus en plus de familles - surtout quand elles sont nombreuses. Et Elizabeth Soubelet en sait quelque chose : à la naissance de son 5ème enfant, cette sage-femme texane installée en France devient de plus en plus gênée par la quantité de gourdes jetables type Pom'Potes (dont 600 millions d'exemplaires sont jetés chaque année en France) qu'elle doit acheter pour sa tribu. En 2014, elle se met alors à rêver d'une solution qui lui permettrait de moins gaspiller, moins dépenser, et d'emporter ses compotes maison, tout en restant facile d'utilisation pour les enfants comme pour elle (famille nombreuse oblige).

Faute de l'avoir trouvée dans le commerce, elle décide de se transformer en "mompreneuse" et de concevoir elle-même ce produit qui lui semble idéal pour les familles : c'est le début de l'aventure Squiz. Par chance, elle peut compter dès le départ sur le soutien de son mari Nicolas, ingénieur de formation, qui quitte son poste chez un grand constructeur automobile français pour épouser la cause écologique de Squiz - et apporter avec lui

une multitude de compétences glanées au fil de ses expériences, de Paris à New-York, en passant par Londres, Chennai et Shanghai.



Ensemble, ils conçoivent des gourdes réutilisables en moyenne 50 fois, produites en Suisse, hermétiques et qui se remplissent en quelques secondes. Grâce à la complémentarité de leurs profils, les deux associés se répartissent rapidement la gestion de l'entreprise : à Elizabeth la R&D, la communication et le marketing, et à Nicolas les RH, l'opérationnel, les relations clients et fournisseurs, et la finance. Et ça marche : très vite, Squiz enchaîne les succès.

Avant même d'avoir soufflé sa première bougie, la jeune pousse signe un partenariat avec Nutricia Nutrition Clinique, la division nutrition médicale du groupe Danone. Pour eux, elle conçoit spécifiquement des gourdes destinées aux patients atteints de maladies métaboliques pour lesquelles s'alimenter en protéines est une vraie problématique. S'en suit un partenariat en 2015 avec DeLiSo, filiale du groupe Vulli, dans le cadre

duquel une icône de la puériculture française, Sophie la Girafe, s'invite sur les Squiz de 90 ml destinées aux bébés.

Faire rimer business et engagement

Le succès commercial ne tarde pas à suivre : alors qu'elle remporte en juillet le Grand Prix de l'Innovation d'une grande chaîne française, Squiz se retrouve propulsée dans des centaines de magasins le temps de l'opération. Puis c'est chez Biocoop et Naturalia qu'elle est distribuée, asseyant un peu plus son positionnement éthique. Car dès le départ, Elizabeth et Nicolas Soubelet militent pour un modèle d'entreprise à impact :

"On voulait montrer que faire du business de façon éthique et responsable n'est pas du tout incompatible"
Elizabeth Soubelet, cofondatrice de Squiz

Cela passe d'abord par un cycle de production citoyen et solidaire (une gourde 100% européenne, l'emploi de 8 personnes en situation de handicap pour l'emballage des gourdes, un partenariat avec une coopérative de lutte contre l'exclusion pour la gestion des envois postaux) mais aussi en soutenant financièrement ou matériellement des projets caritatifs au service des mamans et des enfants (Le rire médecin, Care France, L'association française de l'atrésie de l'oesophage) auxquels Squiz reverse chaque année 2% de son chiffre d'affaires.

Un engagement qui lui vaut une multitude de récompenses et de distinctions internationales : elle devient ainsi la première entreprise française à recevoir le label américain de business éthique "B-

Corporation" en 2015, et fait régulièrement partie depuis 2016 des 138 meilleures entreprises mondiales de l'année en termes de business éthique.

Vers l'infini et au-delà

Mais loin de se reposer sur ses lauriers, la jeune pousse franco-américaine met les bouchées doubles pour faire évoluer ses produits et conquérir de nouveaux marchés. Un an après la commercialisation d'embout adaptateur pour bébés en avril 2016, Squiz débute sa stratégie d'internationalisation et voit ses gourdes référencées en 2017 chez DM Drogerie Markt en Allemagne et Autriche, soit dans près de 2 400 magasins.

Un an plus tard, les 27 modèles de gourdes de Squiz sont distribués dans 20 pays européens. Alors qu'elle s'apprête à souffler sa quatrième bougie, la jeune pousse enregistre une croissance insolente et un chiffre d'affaires de près d'un million d'euros. En ayant vendu plus de 750.000 gourdes, elle aura ainsi permis d'éviter que 38 millions d'entre elles ne finissent à la poubelle.