



BEST FOR LOCAL

**COMMENT METTRE
L'ANCRAGE LOCAL AU
COEUR DE SON MODÈLE
D'AFFAIRES : 21 EXEMPLES
INSPIRANTS ISSUS DE LA
COMMUNAUTÉ B CORP**

#IBMSERIES

UTOPIES[®]

X



Cette note est la quatrième publication réalisée dans le cadre de #IBMSeries, un programme d'exploration et d'expérimentation sur les modèles d'affaires à impact qu'UTOPIES a décidé de mener dans le cadre de son think-tank, en partenariat avec B LAB et avec le soutien d'un certain nombre d'entreprises, au cours de l'année 2022/2023.

Concrètement nos travaux s'appuient sur le questionnaire B Corp (le BIA ou B Impact Assessment), et plus particulièrement sur une particularité du BIA : le volet consacré aux Modèles d'Affaires à Impact, *Impact Business Models* en anglais, (nous utilisons l'acronyme IBM pour les désigner dans nos publications).

Ce volet cherche à évaluer dans quelle mesure une entreprise donnée intègre les enjeux sociaux et environnementaux au cœur de son modèle économique. Avec près de 6 000 entreprises certifiées B Corp et plus de 200 000 entreprises dans le monde qui ont déjà renseigné le BIA et ce volet sur les IBM, ce référentiel est un outil méthodologique précieux pour repérer et analyser les meilleures pratiques, en comprendre les déterminants-clefs et structurer ou renforcer une démarche visant à faire converger modèle économique et impact.

Une partie de ces travaux seront publics, gratuits et en open-source (comme le BIA et cette note) – tandis que d'autres seront développés et déployés avec des entreprises certifiées B Corp et les autres partenaires de ce programme: base de données d'études de cas, formations, ateliers de travail sur les IBM pour les entreprises...

Que vous soyez une entreprise certifiée B Corp soucieuse d'améliorer son score en allant chercher les points (les plus difficiles à décrocher) liés aux IBM, ou une entreprise qui souhaite juste utiliser les outils open-source B Corp pour s'autoévaluer et progresser, si ce programme vous intéresse, faites-nous part de vos retours et contactez-nous : IBMseries@utopies.com

Avec le soutien de :

Chloé

EXPANSCIENCE[®]
LABORATOIRES



Bonduelle



DÉJÀ PARUS :

" MODÈLES D'AFFAIRES À IMPACT : INNOVER PAR L'ADJACENT " (VOL 1 : SEPT 2022)

" BEST FOR CLIMATE " (VOL 2 : NOV 2022)

" BEST FOR BIODIVERSITY " (VOL 3 : DÉC 2022)

SOMMAIRE

INTRODUCTION P.4

LE LOCAL COMME MARCHÉ P.6

- / COMMUNITY OF BUSINESSES (CoB)
- / FABRICATION À LA DEMANDE
- / PLUG-AND-PLAY
- / L'ENTREPRISE COMME UNE EXPÉRIENCE LOCALE

LE LOCAL COMME NOUVELLE RELATION CLIENT P.10

- / LES MODÈLES EN BOUCLE LOCALE
- / EXPLOITER PLUS EFFICACEMENT LES LIEUX
- / LA PLATEFORMISATION DES ÉCONOMIES LOCALES
- / RÉPONDRE À LA DEMANDE LOCALE EN PROPOSANT UN MODÈLE " ONE-STOP SHOP "
- / LES NOUVEAUX MODÈLES LOCAUX À REVENUS-HYBRIDES

LE LOCAL COMME ESPACE DE MUTUALISATION P.17

- / OUVRIR SON USINE OU CO-FABRIQUER GRÂCE À UNE AUTRE SITUÉE À PROXIMITÉ
- / ACCÉLÉRER LA TRANSFORMATION DE SON OFFRE PAR CO-INNOVATION LOCALE

LE LOCAL COMME GISEMENT DE RESSOURCES P.19

- / EXPLOITER PLEINEMENT SES PROPRES CO-PRODUITS OU CO-PRODUITS DISPONIBLES À PROXIMITÉ
- / VERTICALISER L'AMONT AGRICOLE OU INDUSTRIEL DE L'ENTREPRISE
- / DÉVELOPPER DES SYSTÈMES DE RÉCUPÉRATION ASTUCIEUX POUR MIEUX MAÎTRISER L'ACCÈS AUX MATIÈRES PREMIÈRES
- / VALORISER LES PATRIMOINES LOCAUX INEXPLOITÉS
- / MOBILISER DES RESSOURCES HUMAINES DISPONIBLES LOCALEMENT MAIS QUI SOUFFRENT DE BARRIÈRES À L'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL

LE LOCAL COMME VIVIER DE PARTENAIRES P.23

- / CRÉER ET ANIMER UNE COMMUNAUTÉ DE FOURNISSEURS
- / ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION DES ENTREPRISES LOCALES POUR LES INTÉGRER À SA CHAÎNE DE FOURNISSEURS
- / ORGANISER OU S'APPUYER SUR DES RÉSEAUX DE MICRO-PRODUCTEURS QUI MANQUENT DE VISIBILITÉ

INTRODUCTION

" BEST FOR LOCAL* " VISE À METTRE EN LUMIÈRE DES ENTREPRISES CERTIFIÉES B CORP QUI ONT SU METTRE AU CŒUR DE LEUR MODÈLE D'AFFAIRES LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE LOCAL, DES ENTREPRISES DONT LA CRÉATION DE VALEUR (LA RENTABILITÉ) EST POSITIVEMENT CORRÉLÉE À LA VITALITÉ ÉCONOMIQUE ET À LEUR INSCRIPTION DANS LE CIRCUIT ÉCONOMIQUE LOCAL.

Vingt ans après son émergence au cours des années 2000, le " localisme économique " est aujourd'hui un mouvement de fond qui s'est trouvé renforcé par la crise Covid, un contexte géopolitique très fragile et la crise écologique (qui porte en elle de nombreux enjeux de transition et d'adaptation). Qu'elle soit vue comme une modalité d'engagement RSE (une responsabilité de l'entreprise vis-à-vis de son territoire), une opportunité commerciale (avec l'apparition de stratégies B2T - Business to Territoire) ou comme une ressource pour faire face à la forte volatilité des marchés, l'économie locale s'avère aujourd'hui un levier incontournable pour de nombreuses entreprises.

Les liens entre le localisme économique et le mouvement B Corp sont anciens : B Corp a d'ailleurs été lancé en 2007 lors de la conférence annuelle de BALLE (*Business Alliance for Living Local Economies*), aux Etats-Unis, un réseau très intéressant d'entreprises engagées autour notamment des programmes " *Local First* ". Et l'engagement sur le localisme économique est une composante majeure du référentiel B Corp, avec un domaine d'impact dédié (Collectivité) et deux " *Business Models à Impact* " (IBM) directement liés à la vitalité économique locale : le premier, concernant les pays développés, est l'IBM " Développement économique local ", qui évalue la capacité d'une entreprise à se fonder dans l'économie locale, en amont (avec une part significative de fournisseurs locaux) et/ou en aval (avec une part significative de clients locaux), mais aussi à recruter localement, à développer des partenariats locaux (sponsoring, philanthropie, mise à disposition d'espaces ...) ou encore à investir localement ; le second IBM " Développement économique national " est de son côté réservé aux pays émergents, avec les mêmes critères, mais au niveau élargi du pays.

Le BIA est un questionnaire exigeant. Obtenir un score élevé sur l'un des deux modèles économiques relatifs au localisme économique ne peut se faire sans une inscription de l'impact local au cœur même du modèle de revenus. Le BIA veille à ce que l'entreprise ait l'intention de générer un *impact by design*, de façon intense et avec une grande amplitude (en proportion du CA), mais aussi à ce que le modèle d'affaires soit original et exceptionnel. Les entreprises qui obtiennent des scores très élevés sur les IBM proposés par B Corp ont trouvé la solution pour parfaitement corréliser les dimensions d'impact local et de rentabilité, ou a minima de viabilité économique.

C'est la raison pour laquelle nous souhaitons mettre à l'honneur ces " *Best For Local* ". Des entreprises qui vont bien au-delà de l'excellence opérationnelle ou de partenariats occasionnels, mais qui ont su habilement faire de l'économie locale un vrai sujet de compétitivité (en agissant sur leurs coûts, sur leur positionnement, leur revenus...), et faire du local un vrai levier *business*. Les " *Best for Local* " sont des entreprises aussi inspirantes que rares. Sur les quelque 200 000 entreprises ayant complété le BIA à travers le monde, 6 500 à ce jour sont certifiées B Corp. Parmi elles environ 200 ont développé de façon significative et tangible un IBM en lien avec l'économie locale (avec un score supérieur à 10 points).

Le local n'est traditionnellement pas la voie préférée des milieux entrepreneuriaux, parce que perçue comme trop complexe, trop restreinte ou trop coûteuse. À l'opposé de cette conception, les " *Best For Local* " démontrent au contraire que s'inscrire pleinement dans le tissu économique local peut être source de rentabilité, d'efficacité et d'agilité. Cette approche ne se

limite pas à viser un certain pourcentage d'achat ou de vente en local : elle revient bien souvent à transformer le marché, les offres ou les relations avec l'écosystème pour maximiser ce pourcentage. Plusieurs voies s'ouvrent aux entreprises qui s'y attèlent :

- En considérant (vraiment) le local comme un marché et en déployant une stratégie capable d'y apporter une réponse adaptée (calibrage de l'offre, diversification, fabrication à la demande ou modulaire de type Plug-and-Play, ...)
- En adaptant sa relation clientèle (leasing, consigne, box, hub local, plateformes, s'appuyer sur des micro-entrepreneurs, ...)
- En faisant du local une mission (proposer une expérience locale dans votre offre, développer un contrat de performance local, devenir un pollinisateur économique, ...)
- En considérant le local comme un espace de mutualisation (des compétences, des machines, de l'innovation, des achats ou des ventes)
- En considérant le local comme un gisement de ressources (plateforme de recyclage local, intégration verticale, valorisation des co-produits, valorisation d'un patrimoine local, valorisation des compétences locales sous-utilisées, ...)
- En considérant le local comme un vivier de partenaires (animer une communauté de fournisseurs locaux, les accompagner dans leur transformation, ...)

Autant de pistes de travail pour réinventer son modèle économique grâce aux territoires que cette note vous propose de découvrir à travers 21 exemples inspirants. A noter : d'autres IBM permettent d'appréhender l'impact sur les communautés locales, notamment à travers la philanthropie et la réduction de la pauvreté (dans la chaîne de fournisseurs ou de distribution), mais ils ne sont pas développés ici et feront l'objet de notes spécifiques.

Excellente lecture.

**A. FLORENTIN ET E. LAVILLE, UTOPIES,
A. BOULOT, B LAB FRANCE**



“Your future is local: put your money where your life is.”

MICHAEL SHUMAN, ÉCONOMISTE,
SPÉCIALISTE DES QUESTIONS D'ÉCONOMIE LOCALE

* En clin d'œil aux " *Best for the World* " de B Corp récompensant chaque année les entreprises qui figurent parmi les 5 % les plus performantes au monde dans les cinq domaines d'impact évalués lors de l'évaluation de l'impact B - Gouvernance, Collaborateurs, Collectivité, Environnement, Clients.

COMMUNITY OF BUSINESSES
(CoB) : CROÎTRE LOCALEMENT PAR
LA DIVERSIFICATION

L'EXEMPLE DE
BI-RITE MARKET
(ÉTATS-UNIS)
INDUSTRIE : **PRODUITS ALIMENTAIRES**
SECTEUR : **AUTRES PRODUITS
MANUFACTURÉS**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
46,5 MILLIONS \$

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2019
SCORE GLOBAL : **103,9 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **21,3 POINTS**



© BiRiteMarket

L'enseigne Bi-Rite Market propose un modèle de type "Community of businesses" dans lequel elle fédère une famille d'entreprises dont les produits sont vendus en boutique traiteur. Désireuse de maximiser son ancrage local, Bi-Rite a opté pour un développement en local et verticalisé avec deux épicerie de quartier, un restaurant créatif, un camion de crèmes glacées, un café, sa propre ferme, sa propre crèmerie, une école de cuisine, ... Bi-Rite a transformé une simple boutique gourmet réputée de San-Francisco en une des enseignes les plus influentes sur l'engagement communautaire outre-Atlantique.

FABRICATION À LA DEMANDE :
FABRIQUER AU PLUS PRÈS DES
CLIENTS ET SUR DEMANDE

L'EXEMPLE DE
**CHOPVALUE MANUFACTURING
LTD**
(ÉTATS-UNIS - CANADA)
INDUSTRIE : **GESTION DES
DÉCHETS ET RECYCLAGE**
SECTEUR : **AUTRES PRODUITS
MANUFACTURÉS**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2021
SCORE GLOBAL : **111 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **16,2 POINTS**

ChopValue, entreprise canadienne, a réussi à repenser le diamètre d'action de l'économie circulaire en collectant des baguettes en bambou dans les restaurants de Vancouver, grâce à des bacs de recyclage. Les baguettes sont ensuite nettoyées puis transformées. En partenariat avec des designers, elles peuvent ainsi devenir des meubles pour la maison, les bureaux, des articles de cuisine, de décoration, des jeux de construction...

La transformation se fait localement dans des micro-usines avec un mode de production totalement distribué. Le client est mis en relation avec la micro-usine la plus proche sur le site Internet. ChopValue travaille avec des partenaires locaux (fabricants de mobilier, cuisinistes, architectes, ...), des distributeurs, des chaînes de restaurants, mais aussi des entreprises (pour aménager leurs bureaux). ChopValue est considérée comme la première franchise d'économie circulaire au monde.



© CHOPVALUE



L'EXEMPLE DE
GOTHAM GREENS
(ÉTATS-UNIS)
INDUSTRIE : **CULTURE DE PLANTES**
SECTEUR : **AGRICULTURE**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2021
SCORE GLOBAL : **88,1 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **9,7 POINTS**



© GOTHAM GREENS

LE LOCAL
COMME MARCHÉ

PLUG-AND-PLAY : PROPOSER DES SOLUTIONS CLÉ EN MAIN SUR DES SITES OU DES ACTIVITÉS PRÉEXISTANTES

Gotham Greens est une entreprise innovante spécialisée dans la culture de plantes en milieu urbain, fondée en 2009 par Viraj Puri et Eric Haley. Basée à New York, elle se concentre sur la production de légumes-feuilles et d'herbes aromatiques en utilisant des serres hydroponiques sur les toits des bâtiments. L'objectif principal de l'entreprise est de fournir des aliments frais et de haute qualité, tout en réduisant l'empreinte écologique associée à la production et au transport des produits agricoles. Les activités de Gotham Greens incluent la conception, la construction et l'exploitation de serres hydroponiques urbaines. L'hydroponie est une méthode de culture de plantes sans sol, où les plantes reçoivent des nutriments par le biais d'une solution aqueuse. Cette méthode permet d'économiser de l'eau, de réduire l'utilisation de pesticides et d'optimiser l'espace. Le développement de Gotham Greens repose sur une approche modulaire et flexible pour la conception et la mise en place de serres. En plaçant les serres sur les toits, Gotham Greens tire parti de l'espace vertical disponible dans les zones urbaines

densément peuplées, où l'espace au sol est souvent limité. Les toits plats de grands bâtiments industriels ou commerciaux, les parkings et les entrepôts sont des exemples d'endroits où les serres peuvent être installées. Chaque installation est conçue pour s'adapter aux contraintes spécifiques du site, telles que la taille, la forme et la capacité de charge du toit. Cela permet à l'entreprise de s'étendre rapidement et de s'implanter dans de nouveaux marchés, tout en facilitant l'adoption de l'agriculture urbaine par d'autres acteurs. L'impact local de Gotham Greens est significatif. Tout d'abord, l'entreprise crée des emplois dans les communautés locales et contribue à renforcer l'économie locale. De plus, en cultivant des produits localement, Gotham Greens réduit la distance que les aliments parcourent, ce qui diminue les émissions de gaz à effet de serre liées au transport et garantit une meilleure qualité et une fraîcheur des produits. Enfin, les serres sur les toits contribuent à l'isolation des bâtiments, ce qui permet de réduire la consommation d'énergie et les coûts associés.

LE LOCAL
COMME MARCHÉ

L'ENTREPRISE COMME UNE EXPÉRIENCE LOCALE



L'EXEMPLE DE
NEIGHBOURHOOD GROUP OF COMPANIES
(CANADA)

INDUSTRIE : **RESTAURATION ET SERVICES ALIMENTAIRES**
SECTEUR : **SERVICE À IMPACT ENVIRONNEMENTAL SIGNIFICATIF**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2016
SCORE GLOBAL : **98,7 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **28,8 POINTS**

Neighbourhood Group of Companies est une entreprise canadienne de restauration fondée en 2015, qui possède plusieurs restaurants et bars à Toronto et à Montréal. L'entreprise se distingue par son approche de la restauration basée sur l'expérience et l'ambiance, où les clients sont invités à vivre une expérience gastronomique unique et immersive. Neighbourhood Group of Companies s'appuie sur un savoir-faire culinaire local, en travaillant exclusivement avec des fournisseurs locaux et en utilisant des ingrédients de saison pour créer des plats créatifs et originaux. L'entreprise s'approvisionne auprès de producteurs locaux de viande, de fruits et légumes, de fromages et de produits artisanaux, afin de proposer une cuisine de saison et qui met en valeur les saveurs locales. En 2018, Neighbourhood Group of Companies a reçu le prix " *Small Business of the Year* " décerné par le Toronto Board of Trade, pour sa contribution à la vie économique et sociale de la ville.

Neighbourhood Group of Companies a structuré sa démarche autour de cinq convictions majeures : les aliments et boissons sont meilleurs lorsqu'ils sont frais, et donc produits localement ; se fournir sur le territoire permet de soutenir une économie locale forte et diversifiée, ce qui booste en retour l'attractivité de l'entreprise pour ses clients et la loyauté de la communauté envers la marque ; se fournir localement est un moyen de limiter l'empreinte écologique, alors qu'en général les aliments et boissons ont parcouru en moyenne

3 000 kilomètres en Amérique du Nord avant d'être consommés ; les produits locaux sont souvent soumis à des réglementations plus strictes que ceux issus des importations, ils sont donc plus sûrs et permettent de s'assurer des pratiques durables des fournisseurs ; connaître ses producteurs est un plaisir supplémentaire qui permet de créer du lien et de savourer une expérience tant humaine que culinaire.



© Neighborhood Group Of Comapnie



LES MODÈLES EN BOUCLE LOCALE (LEASING, CONSIGNE, BOX) : CONSTRUIRE UNE NOUVELLE RELATION AVEC LES CLIENTS BASÉE SUR LE SERVICE LOCAL

L'EXEMPLE DE
RIVERFORD ORGANIC FARMERS LTD
(ROYAUME-UNI)
INDUSTRIE : **PRODUITS ALIMENTAIRES**
SECTEUR : **AGRICULTURE,
MARAICHERS**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
96 MILLIONS \$

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2020

SCORE GLOBAL : **124,6 POINTS**

SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **14,6 POINTS**

AUTRE IBM PRINCIPAL : **ACTIONNARIAT
SALARIÉ ET MODÈLE COOPÉRATIF,
27,1 POINTS**

Riverford a été fondée par l'agriculteur Guy Singh-Watson dans le Devon en 1987, où il a commencé à livrer des légumes biologiques à 30 foyers locaux via ce qui était alors l'un des premiers programmes d'abonnement à des paniers de légumes. Riverford livre désormais environ 70 000 "boxes" de légumes biologiques chaque semaine à travers le pays à un groupe de clients fidèles qui partagent la philosophie environnementale et les valeurs de l'entreprise.

Son modèle depuis plus de 30 ans : des fruits et légumes qui ont eu le temps de parvenir à maturité en respectant le sol dans lequel ils se développent, avant d'être vendus aux consommateurs sans intermédiaire, permettant ainsi aux travailleurs qui cultivent la terre de vivre dans de bonnes conditions. Le projet va donc au-delà de la seule alimentation durable : en cohérence avec sa vision des affaires, le fondateur a fait le choix de céder les rênes de Riverford à son personnel et 74% de l'entreprise est devenue la propriété des employés en juin 2018, garantissant que ses valeurs éthiques seront protégées pour toujours. La ferme propose également un restaurant sur ses terres, sur la base

des produits qui y sont cultivés. Riverford a renforcé ses engagements pour une agriculture saine et durable en appliquant ces principes à son processus de livraison. Les clients peuvent réutiliser les emballages en carton, et recycler directement les emballages compostables, ou les rendre à Riverford qui les compostera pour eux à la ferme. Riverford a pris l'engagement d'assurer 100% de ses livraisons en véhicules électriques d'ici 2025. La ferme continue à s'investir dans de nouveaux projets d'amélioration des pratiques agricoles. Un des derniers projets en date : l'agroforesterie sur le domaine agricole avec des plantations de noyers, noisetiers, marronniers, ... pour accroître le nombre d'arbres séquestrant du carbone, et développer une production biologique de noisettes et autres fruits secs.

Riverford a également développé un programme de philanthropie avec Ripple Effect par lequel l'entreprise met à disposition du temps, des moyens financiers, des aliments et des savoir-faire au service de familles ougandaises afin de les aider à sortir de la pauvreté.



© Riverford



EXPLOITER PLUS EFFICACEMENT LES LIEUX (D'ACCUEIL, DE TRAVAIL, DE VENTE OU DE PRODUCTION) POUR CRÉER UN HUB LOCAL

L'EXEMPLE DE
LITTLE GENIUS INTERNATIONAL
(ITALIE)
INDUSTRIE : **ÉDUCATION**
SECTEUR : **SERVICE À IMPACT
ENVIRONNEMENTAL MINEUR**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2014

SCORE GLOBAL : **147,7 POINTS**

SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **19 POINTS**

AUTRE IBM PRINCIPAL : **ÉDUCATION,
28,7 POINTS**

Fondée en 2004, Little Genius est une école privée internationale située à Rome, qui accueille des enfants de 2 à 12 ans. Les enfants qui y étudient habitent dans les environs. L'école dispose d'ailleurs d'un espace de coworking dans le même bâtiment pour permettre aux parents de travailler à proximité de là où leurs enfants étudient, en réduisant tout à la fois les temps de transport et leur impact environnemental. L'espace de coworking a été notamment pensé pour les mères de famille, afin de les aider à concilier leur vie familiale et professionnelle. Ce service leur permet également de s'ouvrir au réseau local d'entreprises connectées à l'école, via un espace de rencontres

pour développer des projets, des activités temporaires, des activités avec des chercheurs et ainsi participer au développement économique local.

L'école Little Genius International est installée dans un bâtiment écologique, construit uniquement avec des matériaux naturels et certifiés. Conçu pour consommer un minimum d'énergie et pour éliminer toute forme de pollution, il facilite le réemploi et le recyclage, optimise l'utilisation de la lumière et de la chaleur du soleil, et profite de la ventilation naturelle, tout en respectant les normes sismiques. L'alimentation proposée est également prise en compte, avec une restauration biologique à 90%. En outre, Little Genius International s'engage à inclure dans ses classes les élèves ayant des besoins spécifiques ou en difficulté d'apprentissage, en offrant un programme de tutorat individualisé pour les aider à atteindre leur plein potentiel. L'école encourage également les élèves à participer à des activités sociales et caritatives pour promouvoir l'engagement civique et communautaire.

LittleGenius FABLAB

Venerdì dalle 16.15 alle 17.15

Ogni cosa è progettata da persone come voi!
Voi stessi potete migliorare o creare cose nuove.
Come? Con le tecnologie più nuove:
la stampante 3D
o i Lego® Mindstorms®
o ancora i droni!

Society is designed by everyday people like you!
You can improve and create new inventions.
How?
With the latest technologies such as 3D printers, Lego® Mindstorms® and drones!

© LITTLE GENIUS INTERNATIONAL

© LITTLE GENIUS INTERNATIONAL



LA PLATEFORMISATION DES ÉCONOMIES LOCALES (MARKETPLACES, PLATEFORMES COLLABORATIVES)

L'EXEMPLE DE
NEIGHBORHOOD SUN
(ÉTATS-UNIS)
INDUSTRIE : **INSTALLATION DE
Panneaux solaires**
SECTEUR : **SERVICE À IMPACT
ENVIRONNEMENTAL SIGNIFICATIF**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
7,5 MILLIONS \$

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2017
SCORE GLOBAL : **130,5 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **15 POINTS**
AUTRE IBM PRINCIPAL : **PRODUITS ET
SERVICES D'ÉNERGIE RENOUVELABLE,**
29,2 POINTS

Neighborhood Sun, fondée en 2016 à Silver Spring, Maryland, est une entreprise qui a développé une plateforme de gestion d'énergie solaire photovoltaïque communautaire. Son modèle économique repose sur la mise en relation des porteurs de projets d'énergie solaire avec les résidents et les entreprises locales souhaitant acheter l'énergie produite par les installations.

Chaque américain peut s'inscrire sur la plateforme pour être mis en relation avec des installations locales de panneaux photovoltaïques. Les clients s'engagent à acheter une partie de l'électricité produite par la centrale solaire à laquelle ils ont souscrit. La plateforme finance aussi le développement de nouvelles installations solaires : dès qu'un projet reçoit suffisamment de promesses d'abonnements, la centrale est installée.

Chaque mois, en fonction du volume d'électricité produite par la centrale photovoltaïque de leur région, les abonnés bénéficient d'un certain nombre de "crédits" qu'ils peuvent convertir en bons de réduction sur leur facture d'électricité traditionnelle.

Ainsi, sans changer de fournisseur d'électricité et sans installer de panneaux solaires chez eux, les clients peuvent soutenir la production d'énergie décarbonée et économiser entre 5 et 30% sur leur facture mensuelle. La plateforme de Neighborhood Sun gère les abonnements, les factures et les relations entre les fournisseurs de projets solaires et les consommateurs. Elle permet également aux foyers à revenu modeste de bénéficier de tarifs réduits.

Neighborhood Sun a reçu plusieurs prix pour son engagement en faveur de la durabilité et de l'énergie propre, notamment le prix de l'innovation sociale de la ville de Washington D.C. en 2020.



© NEIGHBORHOOD SUN

RAIFFEISEN

LA PLATEFORMISATION DES ÉCONOMIES LOCALES (MARKETPLACES, PLATEFORMES COLLABORATIVES)

L'EXEMPLE DE
RAIFFEISEN
(SUISSE)

INDUSTRIE : **BANQUE DE DÉPÔT -
MARCHÉS DÉVELOPPÉS**
SECTEUR : **SERVICE À IMPACT
ENVIRONNEMENTAL MINEUR**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
227 MILLIONS DE FRANCS SUISSES

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2019
SCORE GLOBAL : **114,4 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **21,3 POINTS**

La banque Raiffeisen Région Genève Rhône est une banque de dépôt suisse qui s'engage activement dans le développement local. Pour concrétiser cet engagement, elle a mis en place une plateforme de crowdfunding spécifiquement dédiée aux projets locaux, appelée "heroslocaux.ch". Cette plateforme soutient les porteurs de projets non-commerciaux suisses en leur permettant de collecter les fonds nécessaires pour réaliser leurs initiatives. Elle aide également à trouver du matériel et des bénévoles pour faciliter la mise en œuvre de leurs projets.

La banque Raiffeisen Région Genève Rhône s'efforce ainsi de rendre le financement plus accessible pour des projets qui, autrement, pourraient rencontrer des difficultés à obtenir un soutien financier. Elle ne prélève aucun frais sur les participations au crowdfunding, ce qui signifie que les porteurs de projets reçoivent la totalité des sommes collectées. Cela maximise l'impact de chaque contribution et encourage davantage de personnes à soutenir financièrement les initiatives locales.

Depuis sa création, la plateforme de crowdfunding heroslocaux.ch a réussi à financer plus de 50 projets locaux en Suisse, pour un montant total de plus de 500 000 CHF. Grâce à cette initiative, la banque Raiffeisen Région Genève Rhône a apporté un soutien concret à des projets très divers, allant de l'aménagement de jardins partagés à la création de structures de formation pour les jeunes en difficulté. Par exemple, la plateforme a permis de collecter 23 000 CHF pour le projet de création d'un parcours d'activités sportives et ludiques pour les enfants à Genève, et plus de 35 000 CHF pour un projet de création d'une maison de quartier à Bex. Les antennes locales de la banque jouent également un rôle actif en contribuant financièrement à certains projets, ce qui renforce l'engagement de la banque envers le développement local et montre sa volonté d'investir directement dans des projets ayant un impact positif sur la communauté, notamment des événements culturels ou sportifs.



© Raiffeisen

RÉPONDRE À LA DEMANDE LOCALE EN PROPOSANT UN MODÈLE " ONE-STOP SHOP "

L'EXEMPLE DE
BE SQUARE
(FRANCE)
INDUSTRIE : **AUTRE SERVICE AUX
ENTREPRISES**
SECTEUR : **SERVICE À IMPACT
ENVIRONNEMENTAL SIGNIFICATIF**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2022
SCORE GLOBAL : **107,1 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **18,9 POINTS**

Comment concilier la nécessité de disposer d'un bureau privatif, de la vie de bureau avec des collègues, d'un secrétariat et d'une permanence téléphonique tout en conservant un statut indépendant ou une petite structure ? Tel était le dilemme des trois co-fondateurs de Be Square lorsqu'ils ont créé cet espace en 2014 à Roubaix. Ils ont voulu créer un lieu hybride entre un espace de coworking, un centre d'affaires et un tiers-lieu. Dans un bâtiment du XIX^{ème} siècle construit par une famille d'industriels de Tourcoing, des locaux de 2 000 mètres carrés accueillent 14 entreprises résidentes et une diversité d'entrepreneurs. Be Square a été conçu comme un lieu de développement économique socialement responsable, implanté sur les anciennes terres industrielles du Nord de la France.

Be Square a également conçu sa démarche comme un outil de développement économique local, en s'implantant dans une ville au taux de chômage élevé, au sein d'un quartier défavorisé

classé Zone Franche Urbaine Territoire d'Entrepreneurs (ZFU-TE), qui ouvre des droits à certaines exonérations fiscales pour les entrepreneurs qui s'implantent dans ces espaces. Les services proposés vont au-delà du simple espace de coworking, avec la possibilité d'y domicilier son entreprise, d'avoir recours à une assistance de direction partagée, de gestion du courrier et des colis, ou encore d'une permanence téléphonique.

Au-delà d'être un espace, Be Square est une communauté d'entrepreneurs. En effet, l'entreprise associe ses résidents à la gouvernance et à l'animation du lieu : ces derniers organisent régulièrement des espaces de partage de compétences, des temps de socialisation ou encore des projets collectifs (espaces de permaculture à l'extérieur, objectif zéro-déchets...). Le tiers-lieu est donc aussi un lieu d'initiatives portées avec ses résidents pour progresser en collectif.

Enfin, Be Square est engagée au service du développement et du rayonnement de Roubaix. L'entreprise privilégie les achats auprès de producteurs locaux, encourage les résidents à en faire de même : elle utilise 100% d'énergie renouvelable fournie par Enercoop Hauts-de-France, l'internet haut débit du fournisseur local Eura-fibre, les services de maintenance informatique locale d'ADVCOM, etc.

Elle a aussi signé la charte Entreprises et Quartiers en 2019, créée en 2013 par le Ministère des Territoires (avec FACE notamment). Dans ce cadre, Be Square organise régulièrement des conférences avec Pôle Emploi pour favoriser le développement de l'emploi local et accueille par exemple des stagiaires de collèges voisins.



© BE SQUARE

RÉPONDRE À LA DEMANDE LOCALE EN PROPOSANT UN MODÈLE " ONE-STOP SHOP "

L'EXEMPLE DE
ATTICUS HEALTH
(AUSTRALIE)
INDUSTRIE : **SANTÉ**
SECTEUR : **SERVICE À IMPACT
ENVIRONNEMENTAL SIGNIFICATIF**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2019
SCORE GLOBAL : **93 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **22,6 POINTS**

Atticus Health, fondée en 2010 à Victoria, propose une gamme complète de services de santé adaptés aux besoins des patients, notamment à domicile. Depuis sa création en 2010, Atticus Health a connu une croissance significative, passant d'un seul centre médical à plusieurs établissements dans la région ; elle offre des services aux personnes âgées, aux entreprises et en télémédecine - ce qui lui a permis d'étendre sa portée pour fournir des services de santé à des patients situés dans des zones rurales et isolées d'Australie. Sa branche dédiée à l'accompagnement à domicile, Mobile GP, a été conçue pour répondre aux besoins des patients ayant des difficultés à se déplacer - des personnes âgées vivant à domicile, des personnes isolées géo-

graphiquement ou des personnes handicapées, temporairement ou de manière permanente.

Mobile GP est soutenue par un réseau d'une trentaine de médecins généralistes, une assistance administrative et informatique, ainsi qu'un réseau d'infirmiers pour faciliter les visites à domicile. L'entreprise vise à garantir un accès à des soins de qualité pour tous en Australie, et aide les patients à trouver un médecin qui puisse les visiter régulièrement à domicile. En 2020, l'entreprise a réalisé plus de 10 000 consultations à domicile avec Mobile GP - ces visites peuvent être combinées avec un forfait de soins à domicile financé par le gouvernement, pour lequel Atticus Health est un prestataire agréé via une autre filiale, Mark & Sylvie's Home Care, qui propose de l'assistance domestique, des soins infirmiers, la préparation des repas, etc. Grâce à cette approche globale, Atticus Health aide les patients à recevoir des soins médicaux de qualité, adaptés à leurs besoins spécifiques, tout en préservant leur autonomie et leur qualité de vie.



© ATTICUS HEALTH

L'EXEMPLE DE
B-LINE URBAN DELIVERY
(ÉTATS-UNIS)
INDUSTRIE : AIDE AU TRANSPORT
SECTEUR : SERVICE À IMPACT
ENVIRONNEMENTAL SIGNIFICATIF

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2012
SCORE GLOBAL : **81,2 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **10,5 POINTS**



© Bline Urban Delivery

B-Line Urban Delivery est une entreprise de logistique urbaine durable basée à Portland, Oregon, aux États-Unis. Elle a été fondée en 2009 et vise à fournir des solutions de livraison et de stockage écologiques et efficaces pour les zones urbaines, et s'est donnée comme mission de "rendre nos communautés plus vivables".

B-Line a adopté un modèle de revenus mixtes pour garantir la viabilité financière de l'entreprise tout en pérennisant sa mission tournée vers le local et l'entraide. L'entreprise propose tout d'abord des services de livraison urbaine utilisant des véhicules électriques à assistance humaine (et notamment des tricycles cargo), réduisant ainsi les émissions carbone, la congestion routière, la pollution de l'air et le bruit en milieu urbain. Elle propose également des services de stockage et d'entreposage aux entreprises locales. Enfin, elle

reçoit des revenus publicitaires en vendant de l'espace publicitaire sur ses véhicules de livraison.

Ces différents revenus lui permettent de développer des initiatives durables en collaboration avec des acteurs locaux. Cela inclut notamment le programme B-Shares, qui contribue à fournir une alimentation saine aux plus démunis de Portland. L'Oregon se classe en effet régulièrement parmi les dix États américains les plus touchés par la faim, alors qu'en parallèle, près de 200 000 tonnes de nourriture finissent dans les décharges dans la seule région de Portland. Ayant identifié le transport des aliments comme un frein important aux dons alimentaires, B-Line s'engage en transportant les aliments et plats donnés par les distributeurs et restaurants locaux partenaires jusqu'aux associations locales qui s'occupent de leur distribution.

LES NOUVEAUX MODÈLES LOCAUX À REVENUS-HYBRIDES

LE LOCAL COMME NOUVELLE
RELATION CLIENT



L'EXEMPLE DE **OPALINE**
(SUISSE)
INDUSTRIE : TRANSFORMATION
AGRICOLE
SECTEUR : AGRICULTURE /
CULTIVATEURS

CHIFFRE D'AFFAIRES :
2,3 MILLIONS €

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2015
SCORE GLOBAL : **93,2 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **17,6 POINTS**

LE LOCAL COMME ESPACE
DE MUTUALISATION

OUVRIER SON USINE OU CO-FABRIQUER GRÂCE À UNE AUTRE SITUÉE À PROXIMITÉ



© Opaline

Opaline est une société suisse implantée dans le Valais qui produit des jus de fruits et limonades. Certifiée B Corp depuis 2015, Opaline affiche depuis plusieurs années un haut niveau de performance sur l'IBM « Développement économique local ». Sa production d'un million de bouteilles par an s'appuie en effet sur un fort ancrage local dans les achats (76% des approvisionnements proviennent d'un rayon de 25 km du lieu de production) comme dans les ventes puisque l'entreprise s'engage à servir au moins 75 % de clients ou de consommateurs locaux et indépendants.

Pour parvenir à mieux rentabiliser cette inscription territoriale, Opaline a fait le choix de co-fabriquer ses produits grâce à une usine située à proximité. En effet, Opaline a très rapidement utilisé l'outil

industriel de la coopérative agricole bio Biofruits, le Pressoir du Rhône, afin d'obtenir les co-bénéfices d'une mutualisation de l'outil de production : de plus grandes capacités de production, la diminution des coûts fixes et l'utilisation d'un site innovant équipé de panneaux solaires et d'une centrale biogaz.

Aujourd'hui, le partenariat est formalisé sous forme d'un contrat de mutualisation et comprend également un volet immatériel, avec un échange de savoir-faire : Biofruits apporte les compétences agricoles techniques et Opaline apporte son savoir-faire sur la vente et la commercialisation, ce qui permet par exemple de mieux valoriser les compotes produites par la coopérative. Un projet de récupération et remise en circulation du verre (consigne) est également en cours, toujours en partenariat avec Biofruits.

BRØL

LE LOCAL COMME
GISEMENT DE RESSOURCES

ACCÉLÉRER LA TRANSFORMATION DE SON OFFRE PAR CO-INNOVATION LOCALE

L'EXEMPLE DE **BRØL**
(DANEMARK)
INDUSTRIE : **BOISSONS**
SECTEUR : **FABRICATION /
MANUFACTURE**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2020
SCORE GLOBAL : **82 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **23,4 POINTS**

BRØL est une brasserie danoise fondée en 2015 à Viborg, au Danemark, par trois amis passionnés de bière. Ancrée localement, BRØL attache une grande importance à la durabilité, par le biais d'un modèle local et circulaire, fondé notamment sur la mutualisation de savoir-faire, de compétences et de ressources).

La brasserie privilégie logiquement les ingrédients locaux pour la fabrication de ses bières, et notamment les invendus de pain, permettant de remplacer entièrement le malt. BRØL a, sur cette base, développé un nouveau modèle de revenu : " *circularity as a Service* " - par lequel elle collecte les surplus de pain de boulangeries, pour en faire de la bière qui est ensuite livrée à ces mêmes boulangeries pour y être vendue.

L'entreprise collabore également avec AM Brew pour transformer les drêches issues du processus de brassage en farine riche en protéines destinée à l'alimentation animale, valorisant ainsi les déchets de production et créant un cycle vertueux de production et de consommation.

BRØL a également investi dans des installations écoénergétiques et s'efforce de réduire sa consommation d'énergie et d'eau: l'entreprise travaille notamment avec Viborg Fjernvarme, un fournisseur local de chauffage urbain, pour récupérer et réutiliser la chaleur excédentaire produite lors du processus de brassage, réduisant ainsi la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre.

Enfin, BRØL collabore avec une autre brasserie danoise, Bryggeri Skovlyst, pour partager leurs connaissances et expériences en matière de production durable de bière.



L'EXEMPLE DE **NÃM**
(PORTUGAL)
INDUSTRIE : **AGRICULTURE MIXTE**
SECTEUR : **AGRICULTURE /
CULTIVATEURS**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2018
SCORE GLOBAL : **96 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **9,5 POINTS**
AUTRE IBM PRINCIPAL : **IBM
CONSERVATION DES RESSOURCES,
13,2 POINTS**

LE LOCAL COMME
GISEMENT DE RESSOURCES

EXPLOITER PLEINEMENT SES PROPRES CO-PRODUITS OU CO-PRODUITS DISPONIBLES À PROXIMITÉ

Située à Marvila, en périphérie de Lisbonne, NÃM est la première ferme urbaine circulaire de la ville. NÃM cherche à rendre les champignons locaux accessibles et abordables pour un large public, en modifiant les habitudes et en éduquant les gens sur l'économie circulaire. Fondée par Natan Jacquemin, la ferme cultive des champignons dans des conteneurs, en utilisant les déchets de café comme substrat.

La ferme s'est associée à Delta, entreprise voisine et l'une des plus grandes entreprises familiales de café du Portugal, lui permettant de profiter d'un système centralisé de collecte de déchets de café provenant des bureaux et des

cafés de la ville. Actuellement, la ferme transforme 3 à 4 tonnes de déchets de café par mois en 1 tonne de champignons, et l'entreprise vise à augmenter la production à 20 tonnes de déchets de café et 5-6 tonnes de champignons par mois.

L'éducation est essentielle pour atteindre cet objectif: NÃM vend des kits de culture de champignons à domicile et organise des visites éducatives pour les groupes scolaires. L'entreprise souhaite également créer des substrats de champignons avec d'autres types de déchets et s'associer à diverses organisations municipales.



© Nãm

茶籽堂 Cha Tzu Tang

L'EXEMPLE DE **CHA TZU TANG**
(TAÏWAN)
INDUSTRIE : **PRODUITS D'HYGIÈNE**
SECTEUR : **AUTRES PRODUITS**
MANUFACTURÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES :
2,8 MILLIONS \$

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2016
SCORE GLOBAL : **97,5 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **23,6 POINTS**

LE LOCAL COMME
GISEMENT DE RESSOURCES

VERTICALISER L'AMONT AGRICOLE OU INDUSTRIEL DE L'ENTREPRISE

Cha Tzu Tang est une entreprise taïwanaise spécialisée dans la production de produits dérivés de graines de thé, notamment l'huile de thé amer. Le fondateur de l'entreprise a repris en 2004 l'usine de savons liquides de son père, avant d'être incité par certains magasins bio faisant partie de sa clientèle à se tourner vers la production d'huile à base de graines de thé. Il découvre alors que 90% des ressources nécessaires pour fabriquer ce produit traditionnel taïwanais sont importées, et décide de contribuer à la restauration d'une production locale en investissant dans les communautés locales et en adoptant des méthodes agricoles durables. Les produits Cha Tzu Tang sont donc élaborés à partir de graines de thé amères 100% locales, fraîchement collectées et traitées par 16 procédés naturels à froid pour préserver leurs propriétés.

La gamme de produits inclut des articles d'entretien, de beauté, alimentaires et médicinaux, notamment pour le soin de la santé intestinale et la prévention des maladies cardiovasculaires. Les produits sont distribués dans divers commerces et e-commerces taïwanais et utilisés dans plus de 200 hôtels du pays. La marque a développé un réseau d'agriculteurs locaux via un système de contrat avec les fermes, et a ainsi permis de replanter près de 6 000 théiers.

Cha Tzu Tang cible des fermes confrontées à des difficultés de production dues à l'épuisement des sols en raison de monocultures ou de pratiques agricoles intensives. L'entreprise offre alors un soutien en analysant les sols et en fournissant gratuitement des graines de théiers amers aux propriétés régénératives, contribuant à la restauration des sols. En fournissant les graines et en achetant la production à un prix plus élevé, Cha Tzu Tang garantit une meilleure qualité et une source stable de revenus pour les agriculteurs, tout en encourageant la culture de plantes à plus grande valeur ajoutée.



© CHA TZU TANG

LE LOCAL COMME
GISEMENT DE RESSOURCES

DÉVELOPPER DES SYSTÈMES DE RÉCUPÉRATION ASTUCIEUX POUR MIEUX MAÎTRISER L'ACCÈS AUX MATIÈRES PREMIÈRES

REVIVAL

L'EXEMPLE DE **REVIVAL PROJECTS**
(AUSTRALIE)
INDUSTRIE : **PRODUITS À BASE**
DE BOIS
SECTEUR : **CONSTRUCTION**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2020
SCORE GLOBAL : **82 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **23,4 POINTS**



© RevivalProjects

Revival Projects est une entreprise de construction basée en Australie à Melbourne. Le fondateur, dont le rôle était à l'origine de récupérer des déchets sur les sites de bâtiments démolis à Melbourne, était frustré de voir des matériaux exploitables détruits. Fondée en 2016, l'entreprise convertit donc ces déchets de démolition récupérés dans Melbourne en ressources non-toxiques (l'entreprise y veille en amont) pour fabriquer des meubles ou des projets d'architecture intérieure et extérieure - autour de l'idée que " les matériaux les plus durables au monde sont ceux qui existent déjà ". Grâce à ses compétences permettant de réaliser un projet de A à Z, Revival Projects accompagne et conseille ses clients dans l'utilisation des matériaux qu'ils ont déjà et qu'ils auraient probablement jetés lors d'un chantier de démolition ou de travaux de rénovation/modernisation.

L'entreprise a également développé l'application *Revival Cooperative*, mise à disposition gratuitement, qui permet d'évaluer les possibilités de réemploi des matériaux dont on dispose lors de chantiers, pour voir si quelqu'un peut en avoir l'usage, plutôt que d'en faire des déchets. Rien n'est acheté ou vendu sur l'application, qui sert simplement à trouver des alternatives au fait de jeter des ressources. Engagée sur du lobbying positif, l'entreprise veut également influencer le cadre légal australien d'ici 2025 pour que l'industrie du bâtiment change ses pratiques en maximisant le réemploi des matériaux déjà existants, plutôt que de les détruire systématiquement pour en utiliser des neufs. En 2022, Revival Projects a remporté le prix de la semaine du design de Melbourne pour son exposition intitulée *Zero Footprint Repurposing*.



VALORISER LES PATRIMOINES LOCAUX INEXPLOITÉS (ARTISANAUX, FONCIERS, CULTURELS, ETC.)

L'EXEMPLE DE **RAMBORN CIDER**
(LUXEMBOURG)

INDUSTRIE : **AGRO-ALIMENTAIRE**
SECTEUR : **AUTRES PRODUITS
MANUFACTURÉS**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2020
SCORE GLOBAL : **97 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **12,5 POINTS**
AUTRE IBM PRINCIPAL : **PROCESSUS
DE FABRICATION INNOVANT SUR LE
PLAN ENVIRONNEMENTAL,**
19,2 POINTS

Ramborn est le premier producteur luxembourgeois de cidre. Les cofondateurs de la marque, réunis par leurs souvenirs d'enfance des productions familiales de cidre, décident de se lancer dans le projet en 2014. Leur objectif : renouer avec une approche plus traditionnelle et écologique de la production de cidre. Leur matière première, les pommes et les poires, provient uniquement de vergers traditionnels de la vallée de la Sûre, là où le cidre est produit. Pour cela, Ramborn a en effet développé un réseau d'une centaine de petites exploitations agricoles, aux antipodes des exploitations intensives et rectilignes qui abîment les sols et la biodiversité et dont les récoltes parcourent souvent des centaines ou des milliers de kilomètres avant d'être transformées.

Les producteurs du réseau Ramborn ont parfois de très petites exploitations de quelques arbres, avec des variétés anciennes de pommes luxembourgeoises. Les fruits récoltés pour faire le cidre, conformément à la méthode traditionnelle, sont en majeure partie des fruits abîmés, qui seraient sinon jetés. La pro-

duction de fruits, mais aussi les méthodes de production utilisées par la marque, utilisent moins d'énergie et ne demandent ni irrigation ni pesticides. Bien que plus chronophage, cette approche plus responsable a un impact significatif sur le développement économique local et la biodiversité. Les vergers traditionnels sont protégés, restaurés ou recréés, et les fruits, quel que soit leur état, sont valorisés en générant des revenus localement. Ces revenus permettent en retour de conserver les savoirs ancestraux et les vergers locaux, voire d'en créer de nouveaux en plantant de nouveaux arbres. Ramborn estime avoir eu un impact pour la préservation et la restauration d'un million de mètres carrés, avec pour résultat le captage de 31 tonnes d'équivalent CO₂ et l'utilisation de 740 tonnes environ de fruits destinés à devenir des déchets alimentaires (ils pèsent 57% du volume total de fruits utilisés pour la production). Empreint d'une vision pédagogique, Ramborn ouvre à la visite son site de production et propose des dégustations et l'achat de produits directement sur place.



© Ramborn



MOBILISER DES RESSOURCES HUMAINES DISPONIBLES LOCALEMENT MAIS QUI SOUFFRENT DE BARRIÈRES À L'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL

L'EXEMPLE DE **STROOPIES**
(ÉTATS-UNIS)

INDUSTRIE : **PRODUITS
ALIMENTAIRES**
SECTEUR : **FABRICATION /
MANUFACTURE**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2016
SCORE GLOBAL : **121,5 POINTS**
SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **13,1 POINTS**

Stroopies a été fondée en 2008 par Ed et Matt McManness avec Dan Perryman - qui ont été rejoints en 2010 par Jennie et Jonathan Groff, qui dirigent l'entreprise aujourd'hui et ont continué à en développer la mission sociale. Stroopies fabrique des biscuits traditionnels néerlandais appelés *stroopwafels*, constitués de deux couches de gaufres à la cannelle fourrées au caramel. Ces produits sont vendus en ligne, dans les magasins locaux et sur les marchés de producteurs. Mais la mission principale de Stroopies, depuis l'origine, est d'aider à l'intégration des femmes réfugiées de la ville de Lancaster (en Pennsylvanie) en leur offrant un emploi stable, un sa-

laire décent, une formation professionnelle et la possibilité d'apprendre l'anglais via des cours quotidiens. En aidant ces réfugiées à acquérir de nouvelles compétences professionnelles et linguistiques, Stroopies favorise leur employabilité, ce qui contribue à la croissance économique locale. De son côté, par l'embauche de ces réfugiés, Stroopies bénéficie d'une main-d'œuvre diversifiée et très engagée, qui contribue à la qualité et à l'authenticité de ses produits. La reconnaissance reçue par l'entreprise pour son engagement sur l'inclusion des personnes réfugiées est aussi, évidemment, un levier d'image et d'attractivité pour Stroopies.



© Stroopies

LA CONSIGNERIE

LE LOCAL COMME VIVIER
DE PARTENAIRES

CRÉER ET ANIMER UNE COMMUNAUTÉ DE FOURNISSEURS

L'EXEMPLE DE LA CONSIGNERIE
(FRANCE)

INDUSTRIE : **PRODUITS
ALIMENTAIRES**

SECTEUR : **VENTE EN GROS/DÉTAIL**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
2,8 MILLIONS €

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2022

SCORE GLOBAL : **86,4 POINTS**

SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **18,7 POINTS**

Fondée en 2020, la Consignerie est un service en ligne de livraison de courses. Le concept : commander en ligne parmi près de 600 produits disponibles toute l'année et 400 selon la saison, essentiellement locaux, puis se faire livrer, et retourner les contenants consignés au livreur lors de la prochaine livraison. Les livraisons sont assurées en vélo cargo dans un rayon de 5 km à Lille, et en véhicule électrique pour le reste de la métropole. La Consignerie développe également une offre à destination des entreprises depuis 2022 : paniers de fruits, café, thé, location de machines à café, distributeurs de fruits secs, ...au quotidien mais aussi pour des événements ponctuels.

Pour soutenir l'économie de la région, la Consignerie a développé un réseau de fournisseurs et producteurs locaux : 70% des produits sont confectionnés ou transformés à moins de 150 km de Lille. La Consignerie utilise aussi des conte-

nants réutilisables pour s'approvisionner chez ses fournisseurs, avant conditionnement dans les contenants à destination des consommateurs. Un code de conduite a été développé pour sélectionner les fournisseurs : produits issus au maximum d'exploitations biologiques, a minima qui ne pratiquent pas de méthodes agricoles intensives et avec une utilisation réduite ou exclue des pesticides ; lait issu d'exploitations où les vaches passent au moins entre 120 et 180 jours en pâturage et pendant au moins 6 heures ; les œufs doivent être bio ou issus d'élevage en plein air ; les produits pas ou peu transformés sont privilégiés pour en conserver les valeurs nutritionnelles ; le rythme des saisons est respecté...

Avec ce modèle, la Consignerie propose des prix accessibles qui rémunèrent mieux les fournisseurs, grâce à une logique de circuits courts. Pour réduire le coût pour ses clients, l'entreprise a mis en place un système d'adhésion à 60 euros par an, qui permet d'accéder à des prix réduits jusqu'à 50% pour les adhérents. Dans une perspective de responsabilité sociale, un mécanisme d'adhésion solidaire a également été mis en place (l'adhésion est gratuite pour les foyers à faibles revenus). Démocratiser le système de consigne fait partie intégrante des objectifs de la Consignerie, qui estime que le réemploi permet d'économiser 76% d'énergie, 33% d'eau, et d'éviter 79% de gaz à effet de serre par rapport au processus de recyclage.

La Consignerie essaime dans plusieurs villes françaises : pour se développer tout en gardant son ADN local, l'entreprise recrée des écosystèmes de fournisseurs et de clients locaux sur ces nouveaux territoires.



© La Consignerie



LE LOCAL COMME VIVIER
DE PARTENAIRES

ACCOMPAGNER LA TRANSFORMATION DES ENTREPRISES LOCALES POUR LES INTÉGRER À SA CHAÎNE DE FOURNISSEURS

L'EXEMPLE DE SINAGUA MALT
(ÉTATS-UNIS)

INDUSTRIE : **ACTIVITÉ DE SOUTIEN
À L'AGRICULTURE**

SECTEUR : **AGRICULTURE**

CHIFFRE D'AFFAIRES :
NON COMMUNIQUÉ

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2023

SCORE GLOBAL : **81,6 POINTS**

SCORE IBM DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE LOCAL : **10,7 POINTS**

Fondée en 2016 avec pour objectif de contribuer à la conservation de l'eau dans la région du bassin de la rivière Verde en Arizona Sinagua Malt doit son nom à cet ingrédient clé de la production de bière, de whisky et d'autres boissons alcoolisées, le malt étant ici produit à partir d'orge cultivée localement, avec des pratiques agricoles durables. L'entreprise travaille donc en étroite collaboration avec les agriculteurs locaux pour les inciter à cultiver de l'orge - une céréale qui est cultivée à la fin de l'hiver et au printemps, de sorte qu'elle est

moins consommatrice d'eau que les céréales cultivées en été comme le maïs. Sinagua Malt accompagne les agriculteurs locaux dans leur conversion en les sensibilisant et en les éduquant sur les avantages environnementaux et économiques de cette culture, en leur fournissant des variétés d'orge adaptées et en créant des incitations économiques fortes grâce à un débouché commercial stable. En effet, la société vend ensuite ses produits aux brasseries et distilleries locales, en mettant là aussi l'accent sur les avantages de l'orge.



© Sinagua Malt



ORGANISER OU S'APPUYER SUR DES RÉSEAUX DE MICRO-PRODUCTEURS QUI MANQUENT DE VISIBILITÉ

L'EXEMPLE DE LA LAITERIE DU BERGER

(SÉNÉGAL)

INDUSTRIE : **AGRICULTURE/
POST-RÉCOLTE**

SECTEUR : **AUTRES PRODUITS
MANUFACTURÉS**

CHIFFRE D'AFFAIRES :

16,5 MILLIONS \$

CERTIFIÉ B CORP DEPUIS 2020

SCORE GLOBAL : **99,6 POINTS**

SCORE IBM DÉVELOPPEMENT

ÉCONOMIQUE NATIONAL : **10 POINTS**

AUTRE IBM PRINCIPAL :

**DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL
DE PERSONNES VICTIMES
D'OBSTACLES CHRONIQUES
À L'EMPLOI, 28,2 POINTS**

Imaginée comme un projet pour valoriser le lait des éleveurs sénégalais, la Laiterie du Berger a été fondée en 2006 pour assurer une consommation locale du lait produit sur place. Dans le pays, 90% du lait consommé est importé en poudre, alors qu'un tiers de la population vit de l'élevage. L'entreprise collecte quotidiennement la production de plus de 800 familles d'éleveurs dans la région de Richard-Troll au nord du pays. La Laiterie du Berger transforme ensuite ce lait en délicieux produits laitiers traditionnels (lait frais, lait caillé, yaourts et thiakry) dans son usine locale, puis les distribue à travers le pays, dans 8 000 points de vente. L'entreprise est le troisième acteur du marché sénégalais de produits laitiers et la seule à s'approvisionner localement. Devenue rentable depuis 2017, l'entreprise a fait le choix de diversifier sa production en lançant, à côté de sa marque phare Dolima, sa filiale Kossam Société de Développement de l'Élevage (KSDE), créée pour aider l'amont de la filière laitière sénégalaise et assister les éleveurs sur les questions de santé animale ou d'apport d'aliment pour bétail durant la période de " soudure " (ce

moment où l'herbe vient à manquer en attendant la saison des pluies, ce qui contraint les éleveurs à la transhumance).

Présente au Sénégal, en Gambie et au Mali, la Laiterie du Berger a été accompagnée par Danone (actionnaire à hauteur de 40%) et par le Crédit Agricole (actionnaire à hauteur de 15%) pour développer son activité et bénéficier du savoir-faire de ces entreprises.

Au-delà de son activité économique reposant sur son réseau - en croissance - de producteurs locaux, l'objectif de la Laiterie du Berger est de contribuer au développement économique et social du Sénégal. L'activité de l'entreprise renforce les communautés locales en construisant une filière solide, avec un élevage plus productif. Cela permet de répondre à la demande locale et de contribuer à une alimentation saine et accessible, dans un pays qui connaît des enjeux importants en la matière. Pour aller plus loin et soutenir la nutrition des enfants, l'entreprise participe au programme *Lemateki* en partenariat avec l'ONG *Enda Graf Sahel* et le ministère de l'éducation sénégalais. La Laiterie du Berger distribue dans les écoles bénéficiaires un produit laitier renforcé en zinc, vitamine A, fer et iode, représentant 20% des apports recommandés par l'OMS. La Laiterie du Berger porte également la revendication que tous les produits laitiers vendus au Sénégal soient conçus avec une part de lait produit dans le pays, pour contribuer à la structuration des filières agricoles. L'entreprise est soutenue par *Danone Communities* depuis 2009, et a reçu en 2012 " *Africa Award for Entrepreneurship* ".



© La Laiterie du Berger

Créée en 1993 par Élisabeth Laville, UTOPIES est la première agence indépendante et think-tank en France sur l'accompagnement des entreprises et des marques qui placent le développement durable au coeur de leur stratégie - et l'un des tout premiers dans le monde. Forte de 70 consultants, UTOPIES a pour mission d'ouvrir de nouvelles voies en incitant les entreprises à intégrer les enjeux sociaux et environnementaux au coeur de leur mission, de leur stratégie et de leur démarche d'innovation. L'agence est notamment reconnue pour ses travaux sur les stratégies de marques et sur l'innovation positive, mais aussi pour son expertise sur les études d'impact socio-économiques et l'économie locale. UTOPIES été la première entreprise labellisée B Corp en France en 2014, et fut jusqu'en 2019 en charge du développement dans l'hexagone de cette certification internationale des entreprises engagées. Soucieuse de s'appliquer à elle-même ce qu'elle recommande à ses clients, l'agence arrive également en tête du Palmarès Great Place to Work à deux reprises, en 2019 et 2021, catégorie " entreprises de moins de 50 salariés ". L'équipe d'UTOPIES est présente à Paris, où se trouve son siège social historique, mais aussi à Bordeaux et Annecy, ainsi qu'à Sao Paulo et à Maurice, depuis quelques années.

WWW.UTOPIES.COM

UTOPIES®



La présente note a été rédigée par UTOPIES qui en est le titulaire exclusif et ne peut être reproduite en tout ou partie qu'avec notre accord écrit préalable.

Contributeurs : Arnaud FLORENTIN, Elisabeth LAVILLE, Juliette RAGAGNON-TEZENAS, Noé GIRARDOT CHAMPSAUR, Léa BRUMTER, Amicie FÉQUANT

Production des données : Arnaud FLORENTIN

Création et mise en page : Pamela KARAM, Claire MESGUICH, Michel BARRETEAU, Brigitte BOUILLAGUET