



"Every company has the potential to change the world, and will not survive if it doesn't." Richard Branson

CELEBRATE the CHANGEMAKERS

9 raisons de devenir une BCorp

Why B?

9 Reasons to become a B Corp

- 1 Attract investors
- 2 Attract talent and build trust
- 3 Protect your company's mission
- 4 Trade with like-minded businesses
- 5 Join a community of leaders
- 6 Appeal to ethical consumers
- 7 Build collective voice
- 8 Benchmark and improve performance
- 9 Be at the forefront of a global movement

www.bcorporation.eu

une société doit obtenir une note minimale de 80 points (sur 200) sur le standard international accessible dans l'outil gratuit en ligne "B Impact Assessment"

- renouvelable tous les 2 ans
- Processus**
- 1) Evaluer votre performance
 - 2) Modifier l'objet social
 - 3) Officialiser et célébrer

Certification

rendre sexy la RSE - enjeu de rendre la désidérabilité de la durabilité

50 pays - dimension internationale

for profit & for purpose - approche entrepreneuriale vs RSE

more good vs less bad

Actions de communication / visibilité marque

Dimension Lobbying / réglementation

dimensions communauté / échanges

Accessibilité / gratuité / approche ouverte en ligne

Différentiation autres labels RSE

citoyenneté des entreprises

- Mécénat (1980 - 1995)
 - Fondation
 - Philantropie
 - Bénévolat des salariés
- Outils
- levier de création de valeur, réputation, motivation des salariés

RSE Beta

RSE sans changer l'activité de l'entreprise

1995 - 2010

- pour faire la même chose le plus longtemps possible
 - on ne réinvente pas l'offre
 - pour montrer qu'on a essayé quelque chose avec peu de moyens qui ne marchent pas
 - on lance quelques gammes éthiques
- séparation entre la stratégie DD et la stratégie business

RSE 1.0

- chartes volontaires
 - codes de conduite
 - politiques corporate
 - certifications ISA
 - éco-efficacité
 - Reporting DD
 - Licence to opérante (limiter les problèmes)
 - Prévention des risques
 - indices boursiers DD
 - Réductions des coûts
- Outils

Evolution des stratégies RSE

approche entrepreneuriale

Social business

2010 - ...

Ex : Plan A de Mark & Spencer, Philips contribution au CA en rapport avec les objectifs de l'ONU

- ambition commerciale
 - Généralisation de l'offre responsable
 - Innovation - R&
 - Vendre un service vs produits
 - marketing proactif pour changer le marché
 - Opportunité de marché (résoudre des problèmes)
 - fiscalité verte
 - différenciation des marques
- Outils

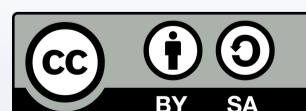
RSE 2.0

- = Contribution sociale
 - Maximiser l'impact positif
 - = Prévention des risques
 - minimiser l'impact négatif
- More Good**
- Less Bad**

Passage d'une stratégie "Less Bad" à une démarche "More good"



Mind Map créée par Chris Delepierre sous licence



Intervenants

- Elizabeth Laville - **UTOPIES** Cabinet Utopies - certifié B Corp
- Emery Jacquillat - **Camif** PDG de Camif-Matelsom - certifié B Corp



"Un Business peut être modèle"

B the change !

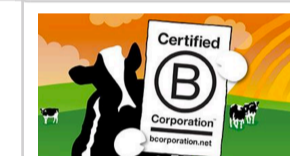
« Nous ne voulons pas être les meilleurs DU monde mais les meilleurs POUR le monde ! »

B Corp = Benefit Corporation

Mouvements B Corp

2 dimensions

Labellisation



certification octroyée aux sociétés

à but lucratif

par l'ONG B Lab

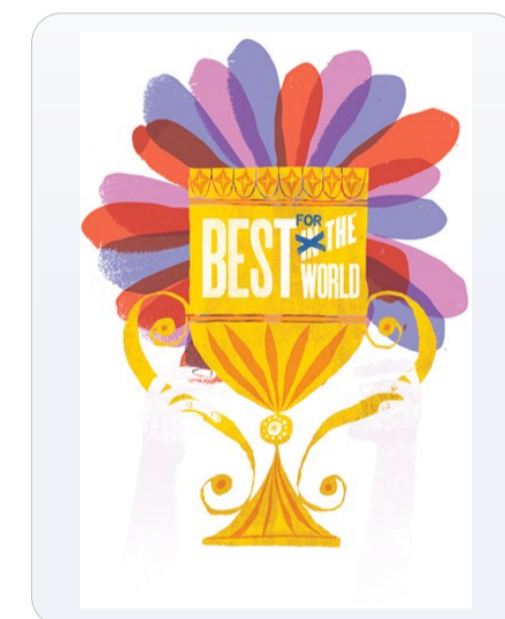
créée en 2006

par Jay Coen Gilbert

modèle hybride entre une entreprise classique (par exemple une C-Corp, équivalent de notre SA en France) et une association sans but lucratif

Communauté internationale

B Corp la communauté internationale des entreprises qui réconcilie but lucratif et intérêt général



Legislation

A new kind of corporation for a new economy.



Déclaration d'interdépendance

"Nous voulons créer un nouveau secteur de l'économie"

"Nous devons être le changement que nous voulons voir dans le monde."

we must be the change we seek in the world

Charte B-Corp

Label Best for the World - pour les B Corp les 10% les meilleures

Controverse judiciaire

lors de la vente obligatoire de Ben & Jerry's à Unilever en 2000 - malgré le refus des créateurs

La Cour Suprême des États-Unis obligea en effet ses fondateurs Ben Cohen et Jerry Greenfield à accepter l'offre de 326 millions de dollars d'Unilever car ils furent dans l'incapacité de démontrer que leur modèle pourrait générer autant d'argent que le montant proposé par la multinationale.

car contrainte de la loi américaine

La loi établissant que le rôle premier d'une entreprise est de maximiser ses profits pour les actionnaires

refuser une telle offre devenait hors-la-loi !

Affaires similaires avec les fondateurs de AND 1 - rachetée 250 millions de dollars par American Sporting Good

inscrire dans la loi que l'entreprise poursuit d'autres finalités que maximiser le profit des actionnaires : une finalité sociale et environnementale

Protection légale aux entreprises qui considèrent que les résultats ne se mesurent pas uniquement en termes de profits, mais qui veulent avoir des objectifs pour créer un réel impact positif sur la société et l'environnement

Exemples de B Corp

- Ben & Jerry's
- Change.org
- Etsy
- Pantagonia
- Kick Starter
- Natura
- 1001 Pact
- Ulule
- Citizen Capital
- Pur Project
- La Ruche qui dit Oui
- Nature & Découvertes
- Living School