

We do good : l'investissement participatif à impact

 www.sciencespo.fr/ecole-management-innovation/fr/archives/we-do-good-investissement-participatif-impact

Archives de l'École de la communication

Susana Nunes, diplômée du master Communication en 2012, est aujourd'hui associée et responsable de la communication et de l'optimisme de la start-up WE DO GOOD. Elle nous parle aujourd'hui de ce projet sur lequel elle travaille depuis début 2015.

Le financement participatif est certes une belle innovation mais est-il vraiment accessible à tous ? Et si on rêvait d'un crowdfunding à forte valeur ajoutée ? Un crowdfunding qui facilite la transition vers une économie positive en donnant à chacun les moyens d'agir autour de modèles économiques durables ?



C'est cette belle ambition qui, petit à petit, a rassemblé toute une équipe de jeunes engagés, qui rêvent d'un monde où chacun peut devenir acteur du changement, que ce soit en investissant ou en entreprenant.

Aujourd'hui, WE DO GOOD c'est :

- un mode de financement innovant et la plus grosse levée de fonds en royalties de France
- une équipe 9 personnes et une communauté qui grandit tous les jours
- 2 ans d'expérience dans le financement participatif
- 11 projets accompagnés
- 140 000 € levés
- 400 investisseurs mobilisés
- un taux réussite de plus de 80%
- des outils d'accompagnement développés pour les porteurs de projets
- des formations et du conseil sur le financement participatif et les modèles économiques durables

Aujourd'hui c'est aussi **une aventure qui prend de l'ampleur et à laquelle vous pouvez tous contribuer**, soit en donnant votre avis jusqu'au 12 janvier, soit en investissant dès 10€ à partir du 13 janvier ! C'est par ici que ça se passe : www.wedogood.co/campaigns/goodpower

Et Sciences Po dans toute cette aventure ?

Clairement, l'entrepreneuriat ce n'est pas que du learning by doing. Je me rappelle régulièrement du cours de problématiques et management des organisations. Et, chaque jour, je me rends compte que c'est bien utile d'être consciente que la stratégie de communication et stratégie de l'entreprise sont un vrai couple, qu'elles se nourrissent mutuellement.

Par ailleurs, pour n'importe quelle start-up qui cherche à innover, savoir parler au politique aussi bien qu'à l'institutionnel et au privé est la clé pour rendre son action visible et reconnue. Et quelle autre école nous donnerait la bonne clé pour toutes ces portes ?

Après l'École de la Communication de Sciences Po, je savais déjà que j'avais besoin de mettre mes compétences au service d'un projet à impact positif. J'ai testé le salariat dans entreprise classique et dans le monde institutionnel... et, malgré l'intérêt de mes missions, je n'ai jamais été aussi épanouie que dans cette aventure incroyable, avec des gens engagés jusqu'au bout des ongles, et un impact visible et mesurable au quotidien. Si vous rêvez d'impact, de devenir des véritables acteurs du changement, alors... osez entreprendre !