

## 501 DOSSIER

LOÏC  
CHERIGIE

« J'avais peur qu'on me prenne pour un hippie... »

KATIA HOREAU | khoreau@lefigaro.fr

LE DÔME DE 25 m<sup>2</sup> qu'il a construit dans le camping municipal des Ecoreuils à Recoubou-Jansac (Drôme) n'a pas jailli en une nuit dans la tête de Loïc Cherigie. Pour le lauréat du prix jeune de la Fédération nationale des Banques populaires remis lors du concours Créadie 2020, c'est une suite de rencontres qui ont peu à peu façonné son projet. Sa licence thermique du bâtiment en poche, il s'inscrit à la mission locale pour développer ses compétences en charpenterie. « Je ne savais pas clairement ce que je voulais faire. À l'école, on ne vous dit pas ce qu'est l'entrepreneuriat, et c'est dommage », explique-t-il.

Son premier emploi convaincant le jeune diplômé que le salaire ne comblera pas son désir d'entreprendre. Parallèlement, il suit le programme d'accompagnement Pépite oZer au sein de l'université Greno-

ble Alpes. Avec Céline Jeanne de l'incubateur Geneo de Valence (Drôme), il affine son projet de dôme en bois. « L'appréhension la rencontre avec le maître de mon village », poursuit Loïc Cherigie. Le suis jeune, j'ai les cheveux longs et j'avais peur qu'on me prenne pour un hippie. » Pas du tout ! Le maire donne son accord et s'engage à amener l'eau et l'électricité jusqu'à la construction de Loïc. Il pourrait construire son dôme sur le terrain du camping et l'exploiter à son compte. Ne restait qu'à trouver un financement. C'est Céline Jeanne qui l'oriente vers l'Association pour le droit à l'initiative économique (Adie).

« Notre mission consiste à faire en sorte que nul ne soit empêché de créer son propre emploi à cause d'une absence de financement ou de difficultés administratives, explique Frédéric Lavenir, président de l'Adie. Pour cela nous mettons à disposition des financements et des services personnalisés aux entrepreneurs. Notre intervention prend plusieurs formes : le microcrédit accompagné - un prêt associé à une aide à la construction du projet quand il n'est pas assez mûr et un appui au démarrage via du coaching -, mais aussi des formations et du conseil, pour les problèmes juridiques et fiscaux, par exemple. »

## Déblocage des fonds

Le dossier de Loïc Cherigie était déjà bien structuré. « J'avais besoin de 12 000 euros, détaille l'entrepreneur. J'ai sollicité 4 000 euros de subvention pour les moins de 25 ans ; 4 000 euros de prêt à taux zéro et 4 000 euros à un taux plus élevé. En revanche, je n'avais pas d'apport personnel. » La moyenne des prêts contractés auprès de l'Adie est de 4 000 euros. « Nous sommes sur des petites activités, rappelle Frédéric Lavenir. Les entrepreneurs qui se tournent vers nous sont des gens qui n'ont pas accès

Loïc Cherigie a construit ce dôme de 25 m<sup>2</sup> dans le camping municipal des Ecoreuils à Recoubou-Jansac (Drôme). L'ADIE

au crédit bancaire : 40 % de nos créateurs sont bénéficiaires des minima sociaux. 55 % vivent au-dessous du seuil de pauvreté et 25 % sont sans diplôme au moment de l'obtention de leur crédit. »

L'argent que prête l'Adie, elle l'emprunte elle-même aux banques. Six cents salariés et 1 300 bénévoles assurent son fonctionnement ainsi qu'un dispositif financé par des aides publiques et du mécénat. « Nous rendons possible la réalisation de nombreux projets, ajoute Frédéric Lavenir. Nous améliorons leur visibilité grâce à notre connaissance des secteurs d'activité, à notre capacité d'appréciation du profil du porteur de projet et au temps que nous lui consacrons. Pour les banques, refinancer l'Adie, c'est une manière d'atteindre un public qui n'aurait autrement pas accès au crédit. »

Entre la rencontre avec la conseillère de l'Adie, en novembre 2018, et le déblocage des fonds, trois mois se sont écoulés pour Loïc Cherigie. « Je pouvais assumer financièrement la première livraison de bois, précise-t-il. J'ai donc commencé le travail dans un atelier, à Luc-en-Diois, à 7 km de ma commune, dès le mois de décembre. » En janvier 2019, il recevait l'argent et pouvait enfin acheter le matériel électrique, la plomberie, l'isolant et les outils nécessaires à la construction du dôme. Le 1<sup>er</sup> mai, il était prêt, avec cinq couchages ouverts à la location sur le site du camping et les plateformes de réservation. « Quand le maire et ses équipes ont vu les résultats, ils étaient hyper enthousiastes. J'ai adoré travailler avec les gens du village. C'était une expérience humaine vraiment enrichissante. »

« L'action de l'Adie a une grande puis-

sance d'inclusion et de cohésion sociale, poursuit Frédéric Lavenir. Un quart de nos clients habitent dans des quartiers relevant de la politique de la ville et un autre quart dans des zones rurales. Favoriser la création d'entreprise, c'est redynamiser des espaces géographiques désertés par l'activité économique en y offrant des services et des biens en circuit court. »

Loïc Cherigie aura remboursé son prêt dans trois ans. Mais il pense déjà à la prochaine étape. « J'aimerais bien faire un "glamping", c'est-à-dire un petit camping glamour avec 5 ou 10 habitations insolites : des cabanes, des chalets, des tipis en bois pour travailler cette matière noble. » L'Adie et son concours lui ont donné une visibilité grâce à laquelle il espère trouver de nouveaux partenaires pour financer son futur « glamping ». ■

ELIZABETH  
SOUBELET

« J'ai eu une vraie prise de conscience écologique »

CHARLOTTE DE SAINTIGNON  
@Chadesanti

« J'AI EU une véritable prise de conscience écologique en voyant mes enfants s'enfiler en quelques secondes deux gourdes de compotes avant de les envoyer dans la poubelle », raconte Elizabeth Soubelet, mère de cinq enfants et fondatrice de Ma Bonne Étoile. Tout a commencé dans la cuisine d'Elizabeth et Nicolas Soubelet, à Verneuil-sur-Seine (Yvelines). « Nous voulions trouver des alternatives durables pour les contenants alimentaires », expliquent-ils de concert. En 2013, la maman de 39 ans a alors imaginé les gourdes Squiz réutilisables une cinquantaine de fois pour des purées et des compotes. « Le problème ne vient pas tant du traitement des déchets que de la surconsommation de ressources et de notre relation éphémère aux objets », poursuit-elle.

Son mari, alors âgé de 37 ans, ingénieur financier depuis quinze ans chez PSA Peugeot Citroën, a démissionné pour la suivre dans l'aventure. « Elizabeth avait besoin de ressources complémentaires, notamment sur la partie opérationnelle et développement, dit-il. Le défi était de fabriquer le produit en Europe dans des conditions socialement responsables. »

Pari tenu : en 2014, les premières gourdes Squiz sortent d'un Esat et d'une entreprise adaptée d'insertion par le travail des personnes handicapées. « Ce sont des entreprises qui portent nos valeurs. Plus de 60 % de la valeur finie de nos produits provient ainsi d'un rayon de 80 kilomètres autour de notre siège. Pour un produit industriel, c'est rare », souligne Nicolas Soubelet. Références dans les enseignes de bio et de vrac en France, les gourdes sont aussi vendues en Allemagne et aux Pays-Bas. Après être restée cinq ans monoproduit, l'entreprise vient de lancer une seconde marque, Fillgood, de contenants réutilisables pour toute la famille, avec notamment une boîte déjeuner fabriquée en matiè-



Elizabeth et Nicolas Soubelet, fondateurs de Ma Bonne Étoile. LA BONNE ÉTOILE

re végétale à Tourcoing et recyclable au bout de cinq ans. Début 2021, ce sera une troisième marque pour les grandes et moyennes surfaces.

L'entreprise, qui réalisera 1 million d'euros de chiffre d'affaires en 2020, a levé fin juillet 1,8 million d'euros auprès de la coopérative suisse One Creation, qui investit dans des innovations à impact, et du fonds investissement social et solidaire de la Maif. « Ce sont des investisseurs qui ne pensent pas qu'à la rentabilité financière et qui sont alignés avec la façon dont on conduit l'entreprise », explique Elizabeth Soubelet.

## Entreprise à mission

Pour identifier ces investisseurs, les Soubelet ont fait appel à la société de conseil Sora Finance, elle aussi certifiée B Corp, comme One Creation. Cette certification d'origine américaine, Ma Bonne Étoile a décidé de l'obtenir dès son arrivée en France en 2015. « Nous voulions faire partie de cette communauté - 3 400 entreprises dans 70 pays - qui pense que les entreprises peuvent avoir un impact positif sur la société. »

Elle a obtenu le meilleur score français - 133 sur 200 - au B Impact Assessment, questionnaire d'évaluation qui porte sur 200 points - gouvernance, RH, fournisseurs... Le score moyen est de 50 dans le monde. « Nous apprécions que ce soit une mesure globa-

le. Nous utilisons cet outil d'évaluation comme guide pour mesurer notre impact positif global sur toutes nos parties prenantes, et nous améliorons car la certification devient plus exigeante au fil des années », commente Nicolas Soubelet. Ma Bonne Étoile vient aussi de se déclarer comme entreprise à mission, selon les termes de la loi Pacte. « C'est le mieux que l'on puisse faire en France », précise-t-il. Pour se conformer à leurs valeurs, les Soubelet ont décidé de partager les bénéfices avec l'équipe, de consacrer 2 % du chiffre d'affaires à des projets associatifs, dont une partie est choisie par les salariés qui peuvent aussi effectuer sept jours par an de volontariat.

« Nous avons une responsabilité en tant qu'entrepreneurs dans les produits ou les services que l'on propose, analyse Elizabeth Soubelet. Mais nous ne sommes qu'une toute petite entreprise qui jette quelques gouttes d'eau sur le feu qui se répand dans la savane. En faisant partie des entreprises à mission, nous pourrions aller encore plus loin. » Depuis sa création en 2014, Ma Bonne Étoile a réussi à économiser quelque 60 millions de gourdes à usage unique. Elle s'efforce de sensibiliser et d'éduquer le consommateur à des achats zéro déchet. Et elle s'engage à réduire drastiquement sa propre production d'émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2030. ■

Un autre financement  
pour les projets à impact

Des plateformes web inventent une nouvelle manière de mobiliser l'épargne.

ANNE BODESCOT | abodescot@lefigaro.fr

DEPUIS la fin 2017, Virginie Hills, la pétillante créatrice de Comptoir de campagne, a déjà effectué trois levées de fonds auprès de particuliers sur la plateforme de financement participatif Lita. « Il y a beaucoup de bienveillance et une super équipe, qui a fédéré une communauté solide d'investisseurs particuliers et de business angels, note la fondatrice de cette Esus (entreprise solidaire d'utilité sociale) qui développe un réseau de commerces multiservices en zone rurale. Ils ont également des partenariats forts avec des fonds d'investissement à impact. Certains des business angels qui ont investi dans Comptoir de campagne nous aident dans notre développement, comme l'un des fondateurs de La Ruche qui dit oui. »

Comme d'autres plateformes de crowdfunding, Lita propose aux particuliers, à partir de 100 euros, d'investir en capital (en profitant de la réduction d'impôt Madelin) ou de souscrire des obligations émises par les entreprises. Sa particularité ? Elle est réservée aux entreprises à finalité sociale, sociétale ou environnementale. Elle s'est fait un nom dans le monde de l'économie sociale et solidaire. Son portefeuille électrique, par exemple, est labellisé par Finansol. Elle peut ainsi mobiliser une communauté - qui compte beaucoup de particuliers - sensible à ces sujets. Mais elle sélectionne les projets pour limiter les risques. « Nous intervenons systématiquement en cofinancement avec des fonds d'investissement et des acteurs bancaires », rappelle Julien Benayoum, cofondateur.

Comme Lita, qui a déjà financé 120 projets pour 40 millions d'euros, d'autres plateformes se sont spécialisées dans les projets à vocation sociale ou environnementale. Solyend, implantée à Bordeaux, se revendique « plateforme de crowdfunding solidaire ». MiMosa ou Blue Bees se sont mises au service de l'agriculture et de l'alimentation responsables. Certaines explorent même des modèles financiers peu développés en France. C'est le cas de WeDoGood. Depuis cinq ans, elle propose d'investir dans des projets à impact à partir de 10 euros avec une rémunération sous forme de royalties : l'investisseur perçoit un petit pourcentage du chiffre d'affaires de l'en-

treprise qu'il a aidée, au fur et à mesure qu'elle se développe, et pendant cinq ans en général. « Si l'entreprise tient ses objectifs, les financeurs peuvent doubler leur mise initiale au bout de cinq ans », résume Susana Nunes, cofondatrice de WeDoGood, basée à Nantes. Avec ce modèle, la plateforme a constitué une communauté d'investisseurs néophytes qui se prennent parfois au jeu : 13 % d'entre eux recèdent. « Nous finançons l'amorçage des projets encore trop jeunes pour aller sur des plateformes comme Lita », explique Susana Nunes.

## L'avis de sa communauté

WeDoGood, qui a financé plus de 10 projets pour plus de 5 millions d'euros, reçoit beaucoup d'entrepreneurs accompagnés par des incubateurs. Elle étudie les projets et sollicite l'avis de sa communauté avant de lui proposer d'investir. « Pour certains créateurs d'entreprise, la plateforme est juste un moyen de mobiliser leur propre réseau, leur love money. La commission de WeDoGood est alors de 2 % à 4 %. Pour ceux qui veulent ouvrir la collecte à des investisseurs extérieurs, elle est de 6 % à 8 % », précise Susana Nunes.

Créée en 2015 par un pilier de la finance solidaire, la Nef, une petite plateforme, baptisée Zeste, propose même aux internautes - à l'instar de KissKissBankBank ou Ulule - de financer par leurs dons (avec ou sans contrepartie) ou leurs précommandes, des projets approuvés par la Nef. « Nos donateurs sont souvent des consommateurs éclairés, sensibles à l'écologie, soucieux de soutenir des entreprises françaises qui s'impliquent dans les territoires », indique Aurélie Dejoie, référente pour le financement participatif à la Nef.

Les projets à impact se retrouvent aussi sur KissKissBankBank ou Ulule. « Si on en fait une lecture assez large, les deux tiers des projets présentés sur Ulule - rentrent dans cette catégorie », estime Arnaud Burgot, directeur général de la plateforme. Plus généralistes, ces « grandes » plateformes fédèrent une communauté importante : 1,8 million de visiteurs uniques par mois sur Ulule. C'est un atout pour les créateurs d'entreprise : une campagne de financement participatif est un moyen de tester l'intérêt du public et de réaliser ainsi une étude de marché grandeur nature. ■