

Nuageo fête son 1er anniversaire comme entreprise à mission !



CONTEXTE

NUAGEO est une société de conseil, formation, recherche, développement, valorisation, intégration, implémentation et commercialisation de méthodes, logiciels et procédés relatifs à l'organisation de systèmes d'informations à destination des entreprises.

Elle a été créée en 2014 et a déclaré sa raison d'être en 2020, avant de devenir entreprise à mission le 18 février 2022.

Sa mission est la suivante : « **Guider les êtres humains vers des usages numériques soutenables à impacts positifs, pour contribuer à une société libre et inclusive.** »

Monsieur Antoine JACQUIER, dirigeant de la société NUAGEO, a répondu à quelques questions concernant la transformation de son entreprise et le processus appliqué pour y parvenir.

1. Comment l'idée de devenir une société à mission vous est venue et pourquoi choisir la méthode IKIGAI et non une autre pour déterminer votre raison d'être ?

C'est un cheminement qui fût assez logique par rapport à ce que l'on faisait depuis la création de NUAGEO. Il s'agit d'une convergence de la loi PACTE du 22 mai 2019 et des travaux CJD (centre des jeunes dirigeants) auxquels nous avons contribué à monter une commission.

Celle-ci permettait de devenir une entreprise à mission. Cela est aussi dû au fait d'avoir croisé Sylvain BROSARD, l'initiateur de la rédaction d'une méthode s'appelant la « perma entreprise ».

En outre, nous le devons aussi à nos discussions sur les valeurs avec nos collaborateurs en 2019. C'était donc la suite logique de devenir entreprise à mission, il s'agissait de quelque chose qui nous permettait d'aligner ce que l'on proposait à l'extérieur avec ce que nous faisons en interne depuis un petit moment.

Nous avons été créés en 2014 et depuis, nous avons toujours eu cette volonté d'apporter un effort juste et de limiter notre impact du numérique, dont le traitement est devenu nécessaire aujourd'hui vis-à-vis de la conviction grandissante d'opérer une approche plus écologique de notre métier.

Nous nous posons la question de l'intérêt de promouvoir le numérique alors que nous savons qu'il n'apporte pas forcément que de bonnes choses. Quitte à le promouvoir, alors autant le faire pour de bonnes raisons.



Antoine Jacquier
Fondateur et dirigeant
de Nuageo

En ce qui concerne le processus de recrutement, il était intéressant d'expliquer comment nous envisageons de mettre en place notre entreprise et de clarifier l'engagement de la société. Créer un alignement, que les nouveaux arrivants ne découvrent pas l'entreprise une fois qu'ils sont à l'intérieur, mais plutôt en affichant le menu à l'entrée.

La commission Entreprise à Mission que nous avons construite avec CJD nous a permis d'avancer et de parfaire notre objectif qui est d'accompagner les dirigeants dans la transformation de leur entreprise. Nous nous sommes emparés d'un sujet réglementaire qu'est la loi PACTE, avec pour objectif d'aller au-delà d'une raison d'être affichée sur le fronton de l'entreprise.

Nous avons le souhait d'avoir la capacité de l'implanter et de l'incarner au sein de l'organisation en prenant en compte les parties prenantes et voir comment nous pourrions construire cette mission, afin qu'elle ne soit pas simplement un affichage que l'on voit un peu trop souvent encore malheureusement.

Nous ne sommes pas devenus une entreprise à mission pour seulement se poser la question du comment après. Nous avons eu une différente démarche d'entrepreneur, nous avons défini la démarche pour être entreprise à mission. C'est uniquement une fois cela réalisé, lorsque nous étions prêts, que nous avons déposé nos statuts d'entreprise à mission. Et c'est cela qui marque une différence vis-à-vis de ce que l'on peut voir aujourd'hui.

Cela faisait par ailleurs un an que nous implémentions les choses dans l'entreprise avant de déposer nos statuts en février 2022.

La définition du cadre de notre méthode s'est élaborée de septembre 2020 à juin 2020. L'IKIGAI était une méthode d'application évidente étant précisé que nous avons connaissance de cette méthode avant d'entrer dans le cadre de la perma entreprise. Nous nous en sommes inspirés justement pour utiliser leurs outils essentiellement. Et c'est parce que nos convictions nous poussent à devenir une perma entreprise, que nous sommes identifiés telle quelle.

La transposition de l'entreprise permettait de savoir pourquoi nous étions bons, ce que nous aimions faire. De la même manière que ces outils-là étaient initialement prévus pour devenir notre raison de vivre. En effet, c'est un outil japonais et historique de développement personnel utilisé dans la sphère privée, afin de trouver sa raison de vivre qui a été transposé au monde de l'entreprise.

Cela se traduit par les questions suivantes :

- *Qu'est-ce que nous aimons faire ?*
- *Quel métier nous aimons faire ?*
- *De quelle manière nous aimons le faire ?*
- *Ce pour quoi nous sommes bons ?*
- *Pourquoi nous sommes payés ?*
- *Ce que nous pouvons apporter au monde ?*



Il s'agit d'une question importante qui se décline en trois principes éthiques :

Qu'est-ce que nous pouvons faire ? Qu'est-ce que nous apportons au monde en prenant soin des hommes ? De la planète ? Il s'agit de se fixer des limites et de redistribuer le surplus.

C'est finalement un élément assez concret qui se trouve dans la mission, dans ce que nous apportons au monde.

La mission en tant que telle, la raison d'être, émerge dans ce que nous devons apporter au monde. Elle permet de se poser dans un cadre, la raison d'être doit être quelque chose qui dépasse l'entreprise.

D'autres entreprises numériques pourraient reprendre cette raison d'être, car oui elle est réutilisable.

Ce qui était intéressant, c'était de la décliner en enjeux et c'est la méthode que nous avons utilisée. C'est grâce à ce cheminement de pensée que nous avons une raison d'être complètement alignée avec notre partie opérationnelle, à nos enjeux, et c'est en cela qu'elle devient notre boussole et nous permet d'arbitrer les choix de l'entreprise, elle permet même de les faciliter.

2. Quel a été le degré d'implication des différents membres ayant participé aux recherches des objectifs de votre entreprise ? Combien de temps ce processus a-t-il duré ?

Nous faisons du conseil et dans notre société, les collaborateurs sont sur site client du lundi au jeudi, le vendredi étant réservé aux collaborateurs et notre entreprise.

Du fait du COVID et des restrictions de déplacement liées, nous avons eu tout le temps nécessaire pour lancer et développer le processus de réflexion.

Nous avons fait le choix d'impliquer tous nos collaborateurs, lesquels étaient 5 à l'époque, dans ce cheminement, à la fois dans l'élaboration de la raison d'être, des enjeux, des projets et actions et ensuite des objectifs d'impacts et des indicateurs associés.

Le travail a commencé en septembre 2020 pour s'achever en juin 2021, cela a été la première phase qui consistait à définir le cadre, la méthode et notre feuille de route finale.

La moitié des vendredis a été consacrée à l'avancement des travaux de réflexion concernant l'entreprise à mission, au total soit une à deux journée(s) par collaborateurs par mois, pendant 10 mois.

Dans le cadre de la seconde phase, le rythme est plus soutenu depuis septembre 2021, où nos collaborateurs s'investissent près de 2 journées par mois pour la mise en œuvre de l'entreprise à mission, que nous appelons chez nous la « PERMA ENTREPRISE ».

3. Beaucoup d'entreprises à mission revendiquent des valeurs englobantes comme l'humanisme, la sincérité, la transmission. Quel sens donnez-vous à ces valeurs ?

Question très intéressante, car la réflexion a été menée avant même d'envisager la notion d'entreprise à mission en 2019, certes les valeurs que nous avons retenues sont englobantes mais nous les avons transposées de la manière dont on souhaitait agir en interne.

Au-delà de l'organisation, nous travaillons avec des personnes physiques, des humains et l'on voit l'impact que peut avoir le numérique en bien et/ou en mal dans les organisations.

L'humanisme, répond donc au principe éthique de prendre soin des personnes et on y trouve du sens, notamment dans la relation que nous avons avec nos collaborateurs. Nous considérons qu'être bien rémunéré pour eux ne signifie pas forcément être mieux considéré dans leur entreprise. Nous avons défini que le taux de staffing n'était pas le plus important pour nous, car nous souhaitons instaurer un climat de confiance avec nos collaborateurs.

Ensuite, nous transmettons aussi cette approche auprès de nos clients, car il nous est déjà arrivé, de refuser de faire ou de décourager certains projets, du fait que l'organisation en place n'était pas adaptée au projet qui voulait être mené et parce que nous savions qu'il y aurait eu de la casse auprès des collaborateurs de nos clients, car cela fait partie des choses qui sont vraiment importantes pour nous.

Les fondateurs de start up ont besoin d'être aidés dans la mise en place de leur système informatique, même à coûts réduits, ce sont des projets que nous allons chercher, car le plus important pour nous, ce sont les hommes derrière le projet et non le projet en lui-même ainsi que la rémunération qui s'en suit.



L'humanisme, est donc un point très important car nous souhaitons guider les humains derrière l'entreprise et non les entreprises. Ce n'est donc pas un hasard que cette valeur apparaisse en premier.

Par sincérité, nous entendons l'effort que nous essayons de mettre dans les projets que nous acceptons, qui se doit d'être juste pour nos clients. Pour nous, il n'y a aucun intérêt à faire des projets informatiques pour faire des projets informatiques, notamment s'il n'existe pas un vrai besoin.

Si nous devons revoir nos tarifs à la baisse pour mener à bien un projet de petite envergure, nous le ferons et nous l'avons déjà fait d'ailleurs. Si un projet ne va pas dans le bon sens et que la mission n'est pas sincère, nous essayons de convaincre notre client vers un projet plus adapté à ses besoins et si cela n'est pas possible, nous refusons la mission tout simplement.

*Par **transmettre**, nous mettons tout en oeuvre pour que nos clients soient très dépendants, notre objectif final est en effet que nos clients n'aient plus besoin de nous à la fin du projet.*

La réalité veut qu'avec cette démarche sincère, le client revienne vers nos équipes, car il nous fait confiance.

En interne, nous essayons de transmettre plus que des compétences techniques, tel qu'inculquer des savoir-être. A l'extérieur, nous faisons beaucoup de communication sur des articles, des webinaires etc. Nous sommes conscients que nous ne serons jamais assez nombreux, pour résoudre tous les sujets qui peuvent exister sur le numérique ou sur la partie numérique responsable, mais notre objectif est de permettre au maximum la connaissance et la compétence, lesquels demeureront acquis.

C'est dans cette logique que la transmission est importante pour nous, cela nous permet d'aller un peu plus loin que ce que nous sommes capables de faire.

4. Tous les principes éthiques prônés ont-ils été appliqués rapidement et aisément avant et/ou après les formalités légales. Dans la négative, selon vous, le concept d'entreprise à mission, est-il vide de sens sur le court terme ?

Pour moi cela s'inscrit dans un projet d'entreprise, à l'échelle de celle-ci. Mises à part peut-être concernant les start-up qui courent après les levées de fonds, nous sommes tous des marathoniens, on court sur le long terme. Nous avons choisi cet outil pour expliciter ce que nous faisons, nous aurions pu peut-être adopter une autre forme, SAS par exemple, mais ce que nous avons essayé de démontrer en utilisant d'autres approches et la manière de travailler, c'est que nous n'étions pas obligés d'envoyer des consultants comme de la chair à canon pour avoir un modèle économique qui soit stable et rentable. Dans tous les cas nous serons jugés à l'aune de ce que les gens comparent à travers un chiffre d'affaires et de résultat. Nous sommes obligés de nous inscrire là-dedans pour prouver la viabilité de notre modèle par rapport à ce que nous essayons de faire.

L'entreprise à mission permet l'explicitation de ce que nous essayons de mettre en place et de nous inscrire dans un cadre du long terme. Nous avons essayé beaucoup de choses, nous nous sommes trompés, et cela nous a permis de formaliser énormément de choses que nous proposons déjà.

Sur une vision court terme, il y a des gens qui le font, nous pouvons toujours appeler un consultant pour le faire. Mais cela nous a permis de poser un nom sur l'alternative que nous proposons. Notre conviction était d'incarner cette mission du sol au plafond pour être en accord avec nos valeurs personnelles et celles de l'entreprise afin que cela nous serve de boussole.

L'entreprise à mission n'est qu'un outil juridique qui n'amène aucun avantage fiscal, c'est un dispositif volontaire, alors nous avons décidé de le faire bien. Nous n'aurons jamais fini de travailler dessus, c'est un projet d'entreprise qui va transpirer de la manière dont nous allons utiliser nos ordinateurs, de la manière dont nous allons réaliser nos achats.

Chez NUAGEO, la moyenne d'âge des ordinateurs est de 5 ans. C'est une logique au départ comptable, nous devons les amortir en 3 ans, cependant nous le mettons au rebut quand il ne fonctionne plus, pas quand il est amorti. Je me suis fait la réflexion qu'avoir un ordinateur d'un certain âge, ne m'empêchait pas de travailler, dans cette continuité j'ai acheté par la suite un ordinateur reconditionné, afin que notre valeur se traduise même dans nos achats.



Nous proposons également des fresques numériques orientées sur l'usage du numérique, qui permettent de remettre un peu de conscience dans la matérialité du numérique. Nous le faisons pour des entreprises mais aussi sous forme de fresques citoyennes, de façon gratuite pour rester dans la logique du transmettre. Ainsi à ce jour depuis janvier nous sommes réalisateurs de fresques et avons formé plus de 300 personnes. C'est gratuit et totalement désintéressé car cela rentre dans notre missive. Ces personnes vont peut-être avoir une sensibilité accrue, et demain dans leurs entreprises elles vont peut-être avoir un impact sur la manière dont ils vont acheter les choses, même personnellement. Peut-être vont-ils même initier leurs enfants. Lorsque l'on touche une personne, finalement l'on en touche 10 de plus autour. Ainsi avec nos 300 personnes formées, nous en atteignons 3 milles autres personnes autour avec nos petits bras. Cette logique là, si elle est juste commerciale elle ne peut pas fonctionner. Ce sont des séances de 3 heures à concurrence de 3 à 4 séances par mois, et les collaborateurs sont très contents d'agir sur ce sujet car ils trouvent un sens finalement à ce qu'ils font.

Ne serait-ce qu'en prolongeant d'une année l'utilisation des ordinateurs, nous pouvons diminuer de 25 % l'impact environnemental. Le problème des ordinateurs concerne la production, c'est 80 % de l'impact, avant même l'utilisation. Ce sont alors des logiques comptables qui sont différentes, de la même manière qu'acheter du reconditionné est difficile. Des entreprises ont organisé la filière et cela devient intéressant, aujourd'hui il y a des circuits qui sont opérationnels, cependant à nos débuts nous n'avions pas de TVA ce qui ne nous empêchait pas de les acheter quand même.

5. Le nombre d'entreprises à mission s'est multiplié ces dernières années, mais en devenir une est-ce un réel engagement qui signe l'avènement d'un capitalisme responsable (du 21ème siècle) ou est-ce un « coup de marketing » ?

La difficulté selon moi, est de mettre capitalisme responsable à coté, tout comme le capitalisme vert. Il existe tout de même un lien économique à notre activité bien sûr, les entreprises ne vont tout de même pas revenir à l'époque du troc.

Cela correspond plus un risque à mon sens, pourtant je participe également à la communauté d'entreprise à mission. La sincérité de la démarche est quelque chose que cette dernière est en train de prendre à bras le corps, et cela fait partie des critères qu'évaluent les organismes tiers indépendants.

Pour autant ils ont comme objectif d'évaluer au bout de 24 mois la bonne réalisation de la mission et surtout, alors qu'il n'y a pas de règlement officiel, ils ont laissé libre court à l'imagination de chacun.

Mais il faut évaluer, et pour le moment les critères correspondent à la fois à la tenue des objectifs et à la fois à la sincérité de la démarche. Aujourd'hui, la raison d'être et la sincérité de la démarche sont dans les objectifs, dans les statuts de la société concernée. C'est-à-dire que le simple fait de se dire « je vais être responsable, mettre des ampoules à économie d'énergie » ne suffit pas à remplir l'objectif.

Cela va être évalué comme une mission largement insuffisante pour être une mission d'entraide.



La difficulté est l'évaluation, j'espère que, même si j'ai quelques craintes là-dessus, cela ne sera pas utilisé comme un outil marketing car ce qui est durable peut être vendu plus cher. Cette mouvance travestit finalement l'objectif initial, pour autant si cela permet aux entreprises de se poser des questions sur la manière dont ils doivent livrer leurs services ou vendre leurs produits, même si ce n'est pas exactement fait comme il faut, ils se mettent dans tous les cas dans une démarche de réflexion de cela. L'entreprise à mission est un chemin, et non forcément une finalité. Chez NUAGEO, nous avons travaillé avant pour le devenir, d'autres le deviennent puis ils cheminent. Dans tous les cas ça ne peut pas être court terme, car c'est un état d'esprit qui doit être inséré dans l'entreprise et doit, quelque part, transpirer aux parties prenantes.

Je choisis mes clients, donc j'amène quelque part de la compétence à mes clients, qui me semblent soit intéressés par le sujet, par la dimension responsable et environnementale que nous souhaitons mettre dans le numérique et à ce moment-là je suis très heureux de les aider. Si je vois qu'ils ne sont pas très engagés là-dedans, alors la question d'accepter ou non leur projet se pose. Ce sujet a déjà provoqué un débat dans l'entreprise sur le filtrage des clients en se disant que s'ils n'ont pas du tout d'appétence dans le numérique responsable, nous ne les recevrons plus, et c'est là que revient le sujet de la réalité économique à un moment donné, nous nous sommes mis en posture de pouvoir nous questionner. Ainsi, dans ces cas-là, qu'est-ce que nous pouvons mettre en place pour, malgré tout, semer des graines dans l'organisation, dans les filets collaborateurs, même si ce n'est pas la direction pour amener un peu ce côté-là.

Finalement c'est peut-être ceux qui sont le moins convaincus que nous devons aller voir. Je pense que si la démarche est sincère, à tous niveaux, cela peut avoir du sens, c'est dans ce cadre-là que nous faisons la promotion de la société à mission. Si la démarche est marketing, alors cela n'a aucun sens.

Dans tous les cas et je l'espère, c'est qu'au bout des 2 ans, lors de l'évaluation de l'OTI, certaines sociétés s'étant déclarées à mission se feront retirer cette qualité. Il faut que ce soit sérieux au niveau des évaluations car sinon cela discréditera la qualité de société à mission qui deviendra ni plus ni moins qu'une déclaration d'intention sur le fronton de la boîte.

Du même coup il n'y aura plus d'avantage à l'être et quelque part l'argumentaire ne sera plus recevable. Pour moi c'est un risque, nous le voyons bien, une entreprise comme DANONE, avec un DG très engagé, mais au moment où les actionnaires n'étant pas d'accord le débarquent, la mise en place de la mission devient incertaine. Ainsi c'est également au pouvoir public de faire attention à ce que ça ne soit pas simplement une mention sans valeur.

Certains utilisent la société à mission comme un outil marketing qui ne va pas permettre de faire mieux, mais plus d'argent. On rejoint alors le capitalisme responsable, ou irresponsable. Utiliser ces termes, comme croissance verte, c'est leur donner du crédit, alors que ça n'existe pas, c'est un non-sens. Si nous voulons être un peu plus vert, il faut décroître un petit peu, en tout cas ne pas croître de façon exponentielle. Mais nous leur donnons du crédit en acceptant les termes qu'ils nous imposent.

6. Entreprise à mission et politique RSE, quelle différence faites-vous ? Etes-vous passés par cet échelon ?

Pour moi, il s'agit de la même chose, à condition de s'y investir sérieusement.

Le RSE va donner un rôle à tenir, une personne va devoir se débattre dans son coin avec un budget donné pour essayer de faire mieux tout en ayant un rapport à produire et obtenir d'un label qu'elle a essayé de faire de bonnes actions. La société à mission engage la direction et les parties prenantes d'une société, la démarche est plus poussée, plus recherchée et plus investie que le simple fait de mettre en place des actions sociales et solidaires.

L'entreprise à mission, apparaît comme une prise de conscience par rapport à ce que l'on fait en termes de RSE.

Il existe bien quelques personnes qui, ici ou là, ne trouveront pas d'intérêt à le faire, je reste convaincu qu'en donnant aux personnes la capacité, l'autonomie dont ils ont besoin pour faire les choses correctement, ils pourront mener à bien leurs missions.

Je suis assez optimiste même si cela peut être étonnant par rapport à la nature humaine, mais dans tous les cas c'est quelque chose dont je suis assez convaincu.

Le RSE demeure souvent une manière de se donner bonne conscience, puisqu'on réalise des choses, alors que l'entreprise à mission, je l'entends comme un engagement de la société dans son organisation mais aussi dans l'écosystème, c'est-à-dire que l'on voit plus loin. C'est une manière d'assumer le RSE sans rester dans un coin à manœuvrer seul.

Je ne dis pas que ce n'est pas une bonne chose de faire que du RSE, car c'est déjà une très bonne initiative, je pense que c'est juste une question de moyens et d'engagement pour différencier le RSE et l'entreprise à mission.

7. Pensez-vous que nous nous acheminons vers une gouvernance entrepreneuriale sociale et environnementale dans la mesure où les enjeux financiers seraient désormais placés au second plan au profit des enjeux sociaux-environnementaux ?

C'est un bel objectif pour moi, cela me paraîtrait intéressant. Est-ce que nous sommes tous convaincus de ça aujourd'hui ? J'ai l'impression que les gens le sont de plus en plus et cela mettra davantage de sens dans ce que nous faisons. Cette réalité-là, si l'on ne la prend pas, elle s'imposera à nous.

Nous le voyons bien, ce n'est pas parce qu'il fait 40 degrés durant 2 semaines l'été, que nous allons nous poser la question du problème environnemental, et finalement nous n'aurons pas le choix de le faire. Les investissements se feront en tenant compte de cette réalité, il y a d'ores et déjà des vignobles qui pensent à s'installer en Bretagne car ils ont bien conscience que dans 10 ans ils ne pourront plus faire de raisin à quelques centaines de kilomètres plus au sud. Les gens commencent déjà à s'adapter, il y a une prise de conscience, certes, peut-être encore modeste, et peut-être que nous nous avons un biais de confirmation mais j'ai l'impression que ce sont des questions qui commencent à être intéressantes.

La génération qui arrive est née dedans, alors elle n'aura pas le choix d'arriver aux commandes pour avoir la capacité de créer ces boîtes, qui vont essayer, si ce n'est de résoudre, la situation, car le coup est parti, nous allons devoir essayer de vivre avec ça. Donc soit, nous décidons d'accompagner ce qui va nous arriver, soit nous décidons d'être contre, mais cela risque d'être violent.

Sans être complètement défaitiste par rapport à la réalité environnementale, nous voyons bien que nous avons un besoin de recréer des liens, que le fait d'avoir eu cette société hyper consommatrice et individualiste a ses limites, qui ont été atteintes aujourd'hui. Les écarts qui se créent sont visibles, or dans toutes les civilisations dès que les écarts ont été trop importants, cela s'est mal terminé. Nous aurons ce problème-là, à un moment donné, alors soit on décide d'évoluer ensemble, de faire société, soit la situation ne fera que s'empirer.

Quand on nous explique encore la responsabilité des individus en nous expliquant qu'il faut éteindre le wifi, ce n'est pas sérieux, il y a un enjeu politique et sociétal, ce n'est pas une seule personne qui, en débranchant son sèche-cheveux, va améliorer la situation. C'est quelque chose qui va au-delà, et ce sont les entreprises qui, à mon sens, ont un rôle à jouer.

Nous avons trop l'habitude je pense d'attendre que l'Etat fasse quelque chose. Plus il y aura de sociétés à mission, ou des sociétés qui ont au moins envie de prendre en considération les aspects sociétaux et environnementaux, plus cela va devenir un sujet politique, et comme à chaque fois le gouvernement n'aura d'autre choix que de suivre. Les politiques n'ont qu'une vision courttermiste, ils en ont un peu plus découvert avec la crise du covid le principe de l'exponentiel.



En tant que société on doit faire vivre nos sociétés sur la durée, les politiques vont forcément devoir nous suivre à un moment donné. Soit nous basculer vers le chaos et ça ne va pas être drôle, soit nous allons basculer vers des sociétés qui se prendront en main. Je fais confiance à la nature humaine, surtout lors des crises car l'on s'aperçoit que l'entraide est quelque chose qui ressort plus vite que le chacun pour soi.

Ce sera l'entreprise qui fera bouger le politique, et ce dernier nous a donné un outil avec l'entreprise à mission, nous devons nous en emparer, c'est à nous d'être vigilant sur la sincérité de la démarche, aux associations qui s'en occupent également, aux OIT qui font l'évaluation, pour que l'on enclenche le mouvement. Ce qui était ringard avant, va devenir intéressant demain, et ce qui est intéressant aujourd'hui va devenir ringard demain, je pense que c'est cette logique là qui est en place.

Aujourd'hui c'est le 4x4 qui arrive à Paris avec une seule personne dedans qui est regardé plus bizarrement que le vélo d'à côté et qui reçoit finalement plus d'estime. Les choses bougent. Et ce ne sera pas les politiques qui vont nous imposer le mouvement, ce seront les entreprises qui l'imposeront car elles ont une vision long terme.

À propos de l'accompagnement d'Avocats RECCI

Je me suis rapproché de Maître Sonia BEAUFILS, associée du cabinet AVOCATS RECCI pour lui présenter nos intentions et premières recherches afin que notre société devienne une entreprise à mission et solliciter son concours.

C'était un sujet nouveau. Nous avons approfondi et coconstruit ensemble.

J'ai apprécié l'intérêt que Maître BEAUFILS a porté à notre projet, le travail de recherche et d'accompagnement qu'elle et son équipe ont fourni pour que l'on puisse mener notre projet dans le bon sens et dans les règles, notamment pour être sûr de rédiger les statuts correctement.

J'ai trouvé cette démarche très intéressante et alignée avec nos objectifs, qui ne s'est pas résumé à un simple envoi de CERFA mais à une vraie démarche murement réfléchie. Cela a été un accélérateur très efficace, notamment en ce qui concerne la perma entreprise.

L'accompagnement du cabinet AVOCATS RECCI dans le cadre de notre projet s'est très bien passé et je remercie toute l'équipe pour cela.

