

PORTRAITS D'ENTREPRENEURS D'AVENIR

Juillet -Août 2012

Entrepreneurs  d'avenir
Les pionniers
d'une économie
plus humaine



Découvrez chaque semaine le portrait d'un Entrepreneur d'avenir sur www.entrepreneursdavenir.com

Sélection de portraits

1. Emmanuelle Pometan

Emmanuelle Pometan dirige l'Agence Nouvelle Culture qui accompagne les projets créatifs participant à une nouvelle culture de société.

Agence Nouvelle Culture

2. Liseron & Virginie B

Liseron Beytout a fondé avec son associée Virginie Bréham l'Agence-École LVB2, laboratoire appliqué dans lequel les LVbiens travaillent sur la communication à 360°. **LVB²**

4. Jean-Pierre Alaux

Jean-Pierre Alaux conçoit, fabrique et commercialise des sièges de bureau. Certifié par l'AFNOR QSE, Eurosit a été évalué mature d'après le référentiel ISO 26 000. **Eurosit**

3. Héloïse Dupin de Saint Cyr

Héloïse Dupin de Saint Cyr a fondé Compagnie Durable qui propose un site de communication dédié à la valorisation de la RSE.

Compagnie Durable



Emmanuelle Pometan - Agence Nouvelle Culture



Emmanuelle Pometan dirige [l'Agence Nouvelle Culture](#) dont l'objet est d'accompagner les projets créatifs qui participent à l'émergence d'une nouvelle culture de société. La Raison d'Être de l'Agence est de "faire bouger les lignes" !

L'Agence Nouvelle Culture, en quelques mots, c'est quoi ?

L'Agence, c'est une nouvelle agence de communication à part entière.

Emmapom réalisait essentiellement des Relations Presse.

Là, notre offre s'est élargie : toujours les relations presse et médiatraining auxquels nous rajoutons conseil en communication, stratégie de communication et déploiement de la stratégie.

L'Agence, c'est aussi une nouvelle manière de travailler ensemble : nous avons choisi comme mode de gouvernance l'holacracy(TM) pour concilier intelligence collective, performance et souveraineté des membres.

La structuration de nos réunions opérationnelles, de gouvernance et stratégiques nous permet de ne plus avoir besoin de locaux "all the time" : chacun travaille à son rythme là où il veut et nous nous retrouvons à [La Mutinerie](#) pour des rendez-vous hebdomadaires.

L'Agence, c'est enfin et surtout l'envie de participer à l'émergence d'une nouvelle culture de société.

Le changement systémique actuel nous plaît : il inaugure une mutation sociétale pleine d'avenir et notre plaisir est de porter les actions positives qui y participent.

Vous vous donnez comme raison d'être de «faire bouger les lignes». Pouvez-vous nous en dire plus?

Bouger les lignes, c'est faire passer au plus grand nombre des idées, des concepts, des actions, des projets qui nous bousculent dans nos habitudes, dans notre grille de lecture du monde pour avancer vers ce nouveau paradigme qui commence à déjà bien pointé son bout du nez ! C'est aussi repenser la communication : pendant longtemps le faux semblant, la com pub étaient de mise.

Nous, nous avons une seule ligne directrice : aider le client à se centrer sur sa raison d'être, sur ce qu'il apporte d'unique au monde et construire une communication percutante et envolée, à partir de là.

On a envie d'être l'Agence de com anti-crise !

Emmanuelle Pometan - Agence Nouvelle Culture



Quel est le projet créatif que vous avez accompagné et dont vous êtes le plus fière ?

Je suis fière de tous les projets portés depuis la naissance d'emmapom. En voici quelques exemples clés : WWF pendant le Grenelle de l'environnement, La philosophie de Pierre Rabhi et la campagne Colibris, Bati Cités nouvel outil d'investissement citoyen, Pur Projet le nouveau collectif fondé par Tristan Lecomte, Vittel qui a réussi à faire passer un territoire de plus de 10 000 hectares en zéro pesticide tout en privilégiant le développement économique et IGI qui implemente l'holacracy(TM) dans les entreprises (l'holacracy(TM) est notre grande aventure du moment).

L'Agence Nouvelle Culture est la version 2 de l'agence Emmapom. Pourquoi ce changement d'identité ?

Déjà dit plus haut. Et puis ça sonne bien, non ? Nous sommes en cours de construction de son identité visuelle. Elle apparaîtra au grand jour en septembre.

En tant que membre du réseau Entrepreneurs d'avenir, quelles sont vos attentes et comment comptez-vous vous y investir ?

Entrepreneurs d'avenir est le réseau qui rassemble des entreprises qui nous ressemblent.

Mes attentes: lien, partage de connaissances, et je mets aussi l'Agence à disposition de ceux qui ont besoin d'une bonne com :)

On compte s'y investir en participant au réseau social, aux événements et en partageant les infos et savoir faire qui peuvent servir à tout le monde.



Liseron Beytout - LVB²

Liseron Beytout a fondé avec son associée Virginie Bréham l'Agence-École LVB², laboratoire appliqué dans lequel les LVbiens travaillent sur la communication à 360° (identité visuelle, print et web, événementiel, publicité, édition, disciplines culturelles, etc)

LVB² est la première agence-école en communication visuelle. Qu'est ce qu'une agence-école ?

L'Agence-École LVB² a pour originalité de faire venir l'entreprise dans l'école. Les commandes constituent la base concrète de l'enseignement et des travaux pratiques des élèves. L'entreprise devient un client-partenaire, voire un client-formateur.

Quelle est la genèse de LVB² ?

LVB², c'est l'agence dans l'école et l'école dans l'agence. Constatant les limites de la formation en alternance dans le domaine de la communication visuelle ainsi que l'inadaptation de l'enseignement de cette discipline à la vie en entreprise, l'Agence-École LVB² a imaginé renverser la proposition selon un principe totalement inédit : faire venir l'entreprise dans l'école.

Imaginer ensemble stimule la créativité : l'entreprise, tout comme les élèves, aura tout à gagner en communiquant autrement, tout en jouant un rôle social. De ces projets nés de l'imaginaire de jeunes confrontant leurs idées sous l'encadrement de deux professionnelles en liaison avec le client-partenaire ne peut naître que des créations plus créatives et variées.

Il s'agit ici d'une relation reposant sur l'échange et le partage : imagination et créativité contre expérience, savoir-faire et maturité.

Quelle est votre approche de la communication visuelle ?

A LVB², nous souhaitons mettre nos communications et nos créations au service de sociétés conscientes de l'évolution d'un monde où l'individualisme n'a plus sa place, où l'avenir des jeunes est l'enjeu majeur et dans lequel les échanges intergénérationnels prennent une importance capitale.

L'Agence-École LVB² répond avec justesse et efficacité aux commandes en établissant avec les clients une relation fondée sur des valeurs communes de sincérité, de transparence et de confiance.



Liseron Beytout - LVB²

Qui sont vos clients ? Pouvez-vous nous parler d'un ou deux projets réalisés par vos étudiants ?

Nos clients ont pour point commun le besoin de communiquer au travers du web ou du print. Ils partagent notre souci de s'impliquer pleinement dans une démarche d'échange privilégiant la dimension sociale et pédagogique. Nos clients-partenaires sont mis en relation directe avec les élèves et les responsables de l'encadrement. Ainsi, les élèves bénéficient de l'approche professionnelle réelle des clients-formateurs, et ceux-ci profitent d'un vivier de créatifs.

La première réalisation des LVBiens a été la création graphique et le lancement d'un magazine numéro zéro. Ils viennent de créer le logo du prix de l'Association AIP2 (communication publique), et sont chargés du graphisme et du packaging d'un jeu de cartes (sortie prévue cet été).

A la rentrée prochaine, LVB2 concevra la communication visuelle du centre des musiques de Didier Lockwood (CMDL) à Dammarie-Les-Lys.

Enfin, l'Agence-École LVB² est soutenue par l'ADAGP, société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques.

Témoignage d'un client-partenaire :

"Lors de la création de Maï Maï, «le magazine qui aime les rondeurs», nous avons confié à LVB² la communication visuelle de l'entreprise, la conception du magazine papier, le graphisme du site internet et le post traitement des photographies. L'équipe LVB² offre le professionnalisme et l'expérience de DA et graphistes confirmés, ainsi que l'énergie, la spontanéité et la fraîcheur des étudiants. L'agence-Ecole LVB² est à notre écoute et propose des solutions adaptées. Pour notre part, nous nous impliquons pleinement lors de fréquentes rencontres avec l'équipe, et sommes véritablement partie prenante de l'élaboration du projet". Maïté Balart

Vous dites également être une Agence-Ecole responsable. Quels sont vos engagements dans ce sens ?

Par son positionnement et grâce à ses partenaires, l'Agence-École développe ses actions sur l'éco-communication, le caractère responsable des messages communiqués et le fonctionnement de l'Agence-École ; elle favorise une prise de conscience sur les nouveaux réflexes, plus respectueux du principe RSE. Nous communiquons autour de l'éco-communication en nous associant à des partenaires et des entreprises engagés. Les élèves reçoivent des cours spécifiques qui leur permettent de mesurer l'impact environnemental et sociétal de leurs activités, et de connaître les solutions permettant d'en limiter l'ampleur.



Liseron Beytout - LVB²

En tant que membre du réseau Entrepreneurs d'avenir, quelles sont vos attentes et comment comptez-vous vous y investir ?

Le réseau Entrepreneurs d'avenir regroupe des entreprises favorisant la logique RSE. Nous disposons pour notre part d'un vivier de créatifs qui ne demandent qu'à élargir leurs première expérience professionnel. Nos attentes serait de partager ces viviers entre les entrepreneurs d'avenir et nos élèves.

Pour le moment, L'agence-Ecole LVB² (association loi 1901 et établissement d'enseignement supérieur privé) bénéficie du soutien d'Entrepreneurs d'avenir, et c'est déjà beaucoup. Entrepreneurs d'Avenir « met en lumière des pionniers d'une économie plus humaine » C'est exactement cela qui nous intéresse : l'humain.

Lutter contre l'individualisme, s'enrichir en échangeant, mieux connaître l'autre tout en se faisant connaître ou reconnaître, casser la solitude, s'encourager les uns les autres, trouver de nouvelles voies reposant sur les valeurs humaines et le souci de l'écologie, partager les énergies. Donner confiance à nos élèves en leur présentant un autre monde que celui auquel ils sont confrontés au quotidien au travers de la désastreuse image du chacun pour soi.

Et pourquoi pas trouver des transversalités ? Nous écouterions volontiers des conseils , accueillerions des intervenants et pourquoi pas du troc ? Et puis EA (Entrepreneurs d'avenir) et AE (Agence-Ecole) c'est un anagramme !

Si on vous demande « dessinez-nous l'entreprise de demain », qu'est-ce qui vous vient à l'esprit ?

L'entreprise de demain est pour nous une entreprise soucieuse de son environnement. C'est peut-être l'entreprise d'hier, ou du moins celle, par exemple, du monde de l'artisanat, qui avait le souci de transmettre son savoir et son expertise. Elle se réjouirait de voir l'élève dépasser le maître et se montrer, pour ce qui nous concerne, plus inventif dans le domaine de la communication tout en s'intégrant dans le monde professionnel.

A travers la création de L'agence-Ecole LVB² en communication visuelle, nous souhaitons défendre les causes et favoriser les prises de conscience plutôt que de défendre les intérêts du métier ; permettre un partage des savoir-être et des savoir-faire afin de valoriser le potentiel de nos élèves, qui sont les professionnels de demain.

Héloïse Dupin de Saint Cyr - Compagnie Durable



Héloïse Dupin de Saint Cyr a fondé [Compagnie Durable](#) qui propose aux dirigeants de "faire rayonner son engagement" grâce à un site de communication dédié à la valorisation de la RSE auprès des salariés pour répondre aux obligations de l'art.225 du Grenelle II et de son décret d'application. Pour les CE, Compagnie Durable "marque la différence" avec un portail e-commerce d'offres éco-responsables négociées.

Compagnie Durable permet aux entreprises d'intégrer une démarche de développement durable dans leur fonctionnement : comment agissez-vous ?

Nous avons développé un portail de e-commerce pour les comités d'entreprise (CE) leur permettant d'assurer leur mission d'éducation éco-citoyenne tout en garantissant du pouvoir d'achat à leurs salariés.

Quels sont les objectifs de votre démarche auprès des entreprises ?

Intéresser 100% des effectifs au développement durable, en leur délivrant des informations simples, ludiques et déculpabilisantes pour comprendre et agir concrètement.

Héloïse Dupin de Saint Cyr - Compagnie Durable



Quel regard pouvez-vous donner sur l'intégration du développement durable dans les entreprises avec lesquelles vous travaillez ?

La majorité d'entre nous triions, recyclons nos déchets et éteignons la lumière... chez nous ! Pourtant la mise en application de ces gestes simples au sein de l'entreprise n'est jamais naturel : les salariés sont peu attachés à leur entreprise et se considère "de passage", apporter du changement, perçu positivement est devenu compliqué pour un dirigeant, raison pour laquelle il faut imaginer et réinventer de nouveaux leviers.

Le comité d'entreprise est un organe sympathique de l'entreprise qui peut disposer d'un fort pouvoir d'influence, 100% de ceux que j'ai rencontré veulent introduire un peu plus d'éthique et de bon sens dans leur organisation et cherchent des solutions. Le chemin est long pour intéresser l'intégralité des effectifs mais nous avons déjà constaté des chiffres encourageants, par exemple 64% des effectifs de notre premier client a participé à un jeu sur le développement durable, et une dizaine de CE a désigné un interlocuteur en charge du développement durable.

En très peu de temps nous avons multiplié nos références, preuve que les représentants du personnel sont de plus en plus sensibles au développement durable et cherchent maintenant des outils concrets pour passer à l'action.

En rejoignant le réseau des Entrepreneurs d'avenir, quelles sont vos attentes et les actions que vous voulez mener ?

Mes attentes : rester informée des actualités via [la newsletter : La Une RSE](#)

Mes actions : participer à un "think tank" dont l'objectif sera de trouver des solutions pour rendre accessible le développement durable à tous.

Jean-Pierre Alaux - Eurosit



Jean-Pierre Alaux dirige **Eurosit** qui conçoit, fabrique et commercialise des sièges de bureau. N°3 en France, Eurosit suit une démarche RSE depuis 1994 sur les axes économique et environnemental. Certifié par l'AFNOR QSE, Eurosit a été évalué mature d'après le référentiel ISO 26 000.

Eurosit existe depuis plus de 60 ans, en quelques mots, quelle est votre activité ?

Nous possédons un savoir faire de plus de 60 ans dans le domaine du siège professionnel. Eurosit propose une gamme très complète de sièges de bureau, offrant des solutions personnalisées à tous les besoins de l'entreprise. Nous avons une production 100% française dans notre usine de 20 000 m² à Nevers. Nous maîtrisons les métiers du façonnage de tubes, de la couture, du tapissage, de l'assemblage ainsi que de la logistique. Nous sommes complètement intégrés avec un service R&D, Marketing et Commercial.

Votre entreprise a intégré la Responsabilité Sociétale : quels sont vos engagements concrets en la matière ?

Notre démarche a été bâtie sur les valeurs fortes d'Eurosit qui sont l'humanisme, le respect et le développement de chacun au travers d'un projet économique et social, centré sur le « Made in France » depuis toujours. Eurosit a déployé cette stratégie sur les trois piliers de la R.S.E.

- **L'environnement** : Eurosit inclut systématiquement la dimension environnementale et plus particulièrement l'éco-socio conception dans le développement de ses produits depuis 2001. Outre le choix de matériaux déjà pour partie recyclés, outre la séparabilité aisée et le recyclage facile des pièces en fin de vie, l'accent a été porté pour une réduction drastique des consommations énergétiques de 30% en trois ans. Une réduction de 10% des émissions de CO₂, déjà très faible pour ce type d'industrie, a été également programmée sur la période 2011-2013, à grand renfort d'investissements.

Jean-Pierre Alaux - Eurosit



- **Le social** : Une attention particulière a été portée au progrès social, avec par exemple, une distribution de 30% de la valeur ajoutée aux salariés, évalué 10/10 par l'AFNOR. Par ailleurs, en production, 70% des postes de travail ont été réaménagés pour l'amélioration des conditions de travail et la réduction des Troubles Musculo Squelettiques. Un effort considérable sur la formation a été fait, avec au moins deux fois plus que le minimum légal, visant surtout à accroître les compétences, principalement sur les métiers nouveaux et valorisants. Doit-on également parler de cette volonté presque philosophique qui consiste à faire cohabiter, dans le cadre des créations Eurosit, des Designers internationaux de renom avec des jeunes étudiants qu'Eurosit n'hésite pas à consulter, voir même à éditer...avec cette jolie maxime : faire vivre les Designers d'aujourd'hui et les Paraphes de Demain.

- **L'économie** : Les résultats économiques d'Eurosit sont en constante progression, qui permettent d'autofinancer 1 million d'euros d'investissements tous les ans dans les nouveaux produits, les outils de production et les éléments de Développement Durable. Un effort particulier est fait sur la R&D qui mobilise 70% des investissements afin de trouver des produits et process toujours plus intelligents, de qualité et « Verts ». Par ailleurs, une priorité absolue est donnée aux partenaires de proximité depuis toujours.

Eurosit s'est construit sur un projet économique et financier durable, en quoi consiste t'il ?

Notre projet économique et financier est basé sur une stratégie d'éco-socio-responsabilité et d'innovation.

- Innovation produits avec 80% de la gamme composée de produits de moins de 5 ans et ayant pour la plupart bénéficié d'aides à l'innovation OSEO. Nous sommes récompensés en 2012 par le prix innovation Bourgogne de l'INPI.
- Innovation dans les services en proposant de nouvelles réponses aux besoins de nos clients : protocole handicap, afin de permettre d'adapter nos produits à des personnes souffrant d'handicaps légers, réhabilitation de nos produits pour leur offrir une « seconde vie ».
- Innovation dans les process afin de permettre d'offrir des livraisons sous 5 jours sur une gamme réduite et 3 semaines pour l'ensemble du catalogue (plusieurs milliers de combinaisons).

Jean-Pierre Alaux - Eurosit



La règle des 5E que vous avez établie est un système de valeurs, pouvez-vous nous en dire plus ?

La règle des 5 E n'est pas un système de valeurs mais un moyen de structurer notre démarche autour de 5 directions principales : Economie, Environnement, Ergonomie, Esthétique et Evolution. Ces 5 directions sont développées aussi bien au travers de nos produits que de l'entreprise. Si nous prenons en exemple l'environnement, l'entreprise est ISO 14001 et tous nos produits sont NF Environnement.

Vous avez rejoint Entrepreneurs d'avenir en mai dernier. Quelles sont vos attentes à l'égard du réseau et comment comptez-vous vous y investir ?

Comme dans tous les réseaux, les attentes sont toujours autour du partage, partage d'expérience, partage de bonnes pratiques et découverte d'entrepreneurs ayant une vision nouvelle du développement des entreprises. Modestement, j'aimerais amener à cette communauté les expériences positives que nous avons pu mener et l'enrichir de notre savoir faire.



Retrouvez ces entrepreneurs sur le site

www.entrepreneursdavenir.com