

PORTRAITS D'ENTREPRENEURS D'AVENIR

Septembre 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. Béatrice Eastham

Green Evénements

4. Jean-Michel Pasquier

Koeo.net

2. Jean-Philippe Teboul

Orientation Durable

3. Laurence Martin

Agence Eurêko



Béatrice Eastham - Green communication



Béatrice Eastham a créé [Green Événements](#), cabinet spécialisé en événementiel responsable s'appuyant sur les normes BS 8901 et ISO 20121 (finalisation en 2012 pour les JO de Londres). Elle s'est donnée pour mission de contribuer à la transformation des pratiques de la filière événementielle de façon à répondre aux enjeux du développement durable.

Green Événements vient de lancer la nouvelle version de son portail Événements 3.0, quelle est sa vocation ?

Le site Événements 3.0 dédié aux événements et au développement durable est là pour montrer que les événements éco-responsables, c'est possible !

Il apporte des solutions concrètes à tous ceux qui souhaitent avancer sur le sujet : moteur de recherche de prestataires engagés, nouveautés du marché, décryptage d'événements éco-responsables et accompagnement des acteurs qui souhaitent s'engager pour embarquer toute la filière dans l'aventure.

Concrètement, qu'est-ce qu'un événement éco-responsable ? Pouvez-vous nous parler d'un événement en particulier que vous avez organisé ?

C'est tout simplement un événement qui a été pensé et réalisé pour moins polluer, moins gaspiller et avoir des impacts positifs sur la société... tout en étant bien sûr performant économiquement ! Rien que ça... :)

Au delà des événements que nous accompagnons 1 à 1, ce qui nous plaît chez Green Événements, c'est d'accompagner les acteurs de la filière (organisateur corporate, agences, lieux, prestataires) dans une démarche à long terme ! Formaliser l'offre, la rendre attractive, former les équipes... faire que l'éco-responsabilité devienne une seconde nature.

Béatrice Eastham - Green communication



Vous faites partie de la Commission Afnor ISO 20121 pour l'élaboration de cette norme, de quoi s'agit-il ?

L'ISO 20121 est une norme internationale qui décrit comment gérer ses activités événementielles pour les rendre plus éco-responsables, plus en accord avec un développement durable. Elle s'adresse aux organisateurs (corporate, agences), aux lieux (salles, hébergement) et prestataires (traiteurs, techniques, animations, etc.). Pour les grands donneurs d'ordre, elle devrait bientôt devenir une exigence dans la sélection de leurs prestataires.

Nous accompagnons d'ailleurs aujourd'hui quelques gros acteurs du tourisme d'affaires français dans la démarche.

Les événements éco-responsables : tendance ou avenir de l'événementiel ?

Tendance : Oui, mais pas encore assez !

Avenir : chez Green Evénements, nous sommes justement là pour faire en sorte que ce soit le cas en mettant au service du marché les solutions événementielles responsables sur le site www.3-0.fr et en accompagnant ceux qui veulent s'engager avec Green Evénements Conseil.

Au fond, nous sommes persuadés qu'il s'agit d'une tendance inéluctable... et saine.

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

Je suis ravie de représenter Entrepreneurs d'avenir au sein du comité directeur du mouvement des [Journées de l'entrepreneur](#) depuis quelques semaines. Une belle façon de porter la voix des entrepreneurs responsables en dehors du réseau. Plus d'informations sur cette collaboration sur le site Entrepreneurs d'avenir à la rentrée...

Jean-Philippe Teboul - Orientation Durable



Jean-Philippe Teboul dirige avec son associé Yann Queinnec [Orientation Durable](#), un cabinet de formation et de recrutement intervenant exclusivement sur les métiers du développement durable.

[Orientation durable](#) a commencé en novembre 2004 avec les 1ères journées sur l'emploi du Développement durable, pouvez-vous nous en dire plus sur la genèse de votre entreprise ?

Notre genèse et notre histoire sont aisés à résumer : nous avons commencé par le métier du recrutement par l'accompagnement des candidats. Nous avons lancé en 2004 des journées de formation à destination des personnes souhaitant travailler dans le développement durable.

Nous avons développé ensuite notre offre de formation à destination des entreprises sur les différentes thématiques du développement durable, achats responsables, éco-conception ou encore environnement juridique de la RSE. Nos principaux associés travaillant depuis 10 à 12 ans dans les milieux du développement durable et ce milieu étant (trop ?) petit, nous étions de plus en plus sollicités de façon informelle par des acteurs qui nous demandaient des contacts de profils intéressants dans le cadre de leurs recrutements.

En 2011, l'évolution du marché du conseil en DD nous a amené à penser qu'il était temps de se spécialiser. Nous avons par conséquent testé une offre de cabinet de recrutement dont le succès a été immédiat. Après avoir filialisé nos autres activités, nous sommes par conséquent devenus 100 % cabinet de recrutement développement durable depuis le 1er janvier 2012 et suivons actuellement des missions de recrutement pour des ONG (Greenpeace, le WWF France) des acteurs de l'ISR (Novethic) ou encore de l'efficacité énergétique (Eneos, habitat et territoires conseils).

Jean-Philippe Teboul - Orientation Durable



Votre cœur de métier est l'accompagnement vers les métiers du Développement durable. Quelle est votre approche du recrutement dans ce domaine ?

Notre spécificité est double : nous connaissons très bien la réalité des principaux domaines du développement durable (énergies renouvelables, efficacité énergétique, ISR, conseil RSE..) et passons l'essentiel de nos journées à remplir notre CVthèque des candidats les plus recherchés, ceux disposant d'une réelle expérience et ceux ayant intégré le DD à un métier ou à un secteur.

Nous mettons en œuvre ces spécificités de plusieurs façons :

- Lors des entretiens de cadrage, nous pouvons réellement échanger avec le client par notre connaissance du marché. Nous savons par exemple la différence entre deux logiciels thermiques ou des analyses extra-financières d'entreprises et de fonds.
- Lors du sourcing (recherche des candidats), nous avons la chance de pouvoir partir de plusieurs dizaines de candidats pour chaque poste présent dans notre base. Ce qui nous permet de lancer les entretiens dès le lendemain de la signature d'une mission.
- Lors des entretiens enfin, il nous est plus aisé d'interroger le candidat sur sa vision des ONG ou son approche du mapping des achats responsables. Cette approche nécessite de se limiter aux marchés de l'emploi que nous maîtrisons parfaitement.

Vous avez mis en place un baromètre des emplois de la croissance verte et du développement durable. De quoi s'agit-il ?

Je me permets de vous joindre les liens vers cet outil très utile pour nombre de vos membres. Ce baromètre est une photographie de l'intégralité des offres d'emploi à une date donnée (en l'occurrence le 15 mars 2012 pour cette seconde édition).

Synthèse : <http://www.orientationdurable.com/wp-content/uploads/2012/04/barometre-seconde-edition.pdf>

Analyse complète : <http://www.orientationdurable.com/wp-content/uploads/2012/04/Barometre-II-analyse.pdf>

On y apprend notamment que le développement durable correspond à un peu plus de 1 200 offres d'emploi et que ce marché

Jean-Philippe Teboul - Orientation Durable



On y apprend notamment que le développement durable correspond à un peu plus de 1 200 offres d'emploi et que ce marché de l'emploi de deux réels marchés (EnR et efficacité énergétique) et de nombreuses petites niches (achats responsables, mobilité durable, agenda 21...)

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

Notre attente principale est de trouver des alliés pour de nombreux combats indispensables à la réussite de certains objectifs du développement durable. Je pense notamment à l'obligation de reporting extra-financier qui permettrait aux consommateurs de comparer les produits responsables et les autres, aux aides que les start-ups les plus innovantes des EnR ou de l'EE sont en droit d'attendre du gouvernement mais aussi aux enjeux sociaux trop souvent oubliés devant l'urgence environnementale. L'investissement le plus logique pour nous est la production ou coproduction de contenu qui est au cœur de notre stratégie de développement mais nous sommes très ouverts à toute autre proposition !

Crédit photo : Darnel Lindor

ORIENTATION DURABLE

Laurence Martin et Marie Fringand - Eurêko



L'agence Eurêko a été créée par deux journalistes, Laurence Martin et Marie Fringand-Requin voulant promouvoir une expertise en HQE-Haute Qualité d'Ecriture. Eurêko rassemble leurs activités en matière de conseil éditorial et création-management de contenus dans l'univers du développement durable et la RSE.

Comment est né ce concept d'agence en conseil et contenu éditorial à forte valeur environnementale ?

L.M. : L'idée est née de notre rencontre sur le Guide de la maison écologique, créé par Marie Fringand-Requin en 2008. Cette expérience de repérage et de diffusion d'adresses fiables et d'informations précises à destination du grand public nous a confortées dans un constat que nous faisons l'une et l'autre dans notre travail quotidien de journaliste : le développement durable, malgré et à cause du « bruit de fond » qu'il suscite, a plus que jamais besoin d'être expliqué. Pour convaincre, ses acteurs ont intérêt à développer une stratégie de communication basée sur des messages à la fois clairs et authentiques. Et pour ça, le marketing ou la forme ne suffisent pas : il faut les appuyer sur un contenu éditorial fort !

M.FR. : Dans notre pratique professionnelle quotidienne, nous avons eu envie de mettre notre savoir-faire au service de celles et ceux qui s'engagent dans une démarche plus durable. Qu'ils débutent ou qu'ils en aient déjà la pratique, au sein de leur entreprise ou de leur collectivité, en direction de leurs usagers, de leurs partenaires ou de leurs clients. C'est d'ailleurs pour cela que nous nous positionnons clairement sur le contenu éditorial. Car sans contenu point de salut ! A l'heure de la société numérique et de l'information 2.0, c'est indispensable pour expliquer, convaincre et défendre ses idées, ses produits ou ses prestations.

Laurence Martin et Marie Fringand - Eurêko



Vous surfez sur le HQE, Haute Qualité d'Écriture.

Pouvez-vous nous en dire plus ? Le HQE est-il l'avenir du journalisme ?

L.M. : Au risque de paraître rétrogrades, nous défendons pied à pied et de façon très terre à terre ce que nous appelons une Haute Qualité d'Écriture... Une formule sous forme de clin d'œil à la démarche de Haute Qualité Environnementale des bâtiments prônée en France par l'association HQE depuis une quinzaine d'années. Quel que soit le lecteur auquel on s'adresse, internaute, utilisateur de Facebook et de Twitter, élu, analyste financier ou auto-constructeur, la forme de l'écrit doit s'adapter, mais son exigence de qualité doit rester la même. L'expérience nous l'a mainte fois prouvé : c'est cette qualité d'écriture qui, in fine, rend le message audible, efficace, percutant, différenciant !

M.FR. : Nous avons quitté la sphère du journalisme, avec dans nos bagages, le souci de l'information de qualité et l'esprit curieux, pour entrer dans celle, voisine mais distincte, du conseil éditorial et de l'accompagnement en production de contenus... Reste que, pour le journalisme comme pour toute forme de création de contenu, l'exigence de rigueur est une qualité première, sur le fond comme sur la forme. Une manière aussi de se démarquer et de s'imposer dans la surabondance et le flux continu d'informations.

Vous êtes spécialisé en développement durable. A-t-il et aura-t-il toujours la cote ?

L.M. : La perception du concept de développement durable est mouvante et n'a cessé d'évoluer, notamment au gré des politiques. On peut se féliciter qu'il ait gagné du terrain dans les esprits, dans les rayons des boutiques, dans les médias... Mais, pour encore un large public, entre les effets d'annonce, le hiatus entre le discours et la réalité des actes, le « blanchiment vert »... difficile de s'y retrouver.

M.FR. : Plus le « développement durable/soutenable », la « croissance verte » ou la « transition écologique » auront la cote, mieux ce sera. Mais ce qui nous paraît essentiel, c'est qu'ils s'intègrent dans notre mode vie et de consommation, notre façon de travailler et de vivre ensemble. Ce n'est peut-être pas pour demain, mais on y travaille ! Avec nos partenaires et nos clients. Avec rigueur mais sans dogmatisme...

Laurence Martin et Marie Fringand - Eurêko



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

M.FR. : Rejoindre le réseau Entrepreneurs d'avenir est pour nous un excellent moyen de rencontrer d'autres entrepreneurs partageant les mêmes convictions et les mêmes objectifs. Nous découvrons au fil des jours de nouvelles pratiques et des idées souvent novatrices. C'est stimulant et prometteur. Nous espérons pouvoir rapidement multiplier les échanges et nouer des partenariats avec d'autres membres du réseau aux compétences complémentaires.

L.M. : Nous comptons également participer plus activement en déposant des contributions sur le site. Nous relayons aussi les informations du réseau sur notre blog EurekaNews, notre page Facebook et notre compte Twitter. Et bien évidemment, nous ne manquons jamais l'occasion de faire connaître Entrepreneurs d'avenir à nos partenaires.

[EUREKONEWS](#)

Jean-Michel Pasquier - Koeo.net



Au travers de la plateforme www.koeo.net et de son blog www.koeo-blog.net, Jean-Michel Pasquier et son équipe favorisent de façon opérationnelle la mise en place de missions de mécénat de compétences.

[Koeo.net](http://www.koeo.net) est la première plateforme dédiée au mécénat de compétences ? Comment est née cette idée ?

Elle est née d'un triple constat auquel on a voulu apporter une réponse commune : des collaborateurs d'entreprises qui veulent trouver du sens dans leur parcours professionnel, des entreprises qui doivent désormais apporter des réponses concrètes à leur RSE (Responsabilité Sociale d'Entreprise), et enfin des associations qui ont besoin de bénéficier de ressources alternatives face à des subventions publiques en baisse constante, tout en professionnalisant leurs méthodes. Nous nous sommes alors dit que créer "une porte d'entrée" pour favoriser de façon très opérationnelle la mise en place de programmes et de missions de mécénat de compétences avec ces 3 acteurs était pertinent pour apporter une réponse pragmatique à ce triple enjeu, au travers d'un dispositif encore trop méconnu en France.

En quoi consiste le mécénat de compétences ?

C'est tout simplement une entreprise qui propose à ses collaborateurs de dédier chaque année quelques jours de travail à des structures d'intérêt général, journées pendant lesquelles les salariés volontaires vont pouvoir leur offrir gracieusement leurs compétences professionnelles ou personnelles (ex : aider à bâtir le plan de communication d'une association, mettre en place sa comptabilité analytique, ou faire du soutien scolaire, nettoyer les berges d'une rivière, ...). Le salarié missionné reste bien évidemment rémunéré normalement par l'entreprise, et cette dernière bénéficie d'une incitation fiscale avantageuse (60% des salaires chargés déductibles de son IS, à hauteur de 0,5% de son chiffre d'affaires annuel HT). Au delà de sa vertu principale de solidarité, nous insistons beaucoup sur les bénéfices du mécénat de compétences en terme RH : il est une réponse adaptée à la gestion des senior (aménager la transition fin de carrière/début de retraite), à la sous-employabilité ponctuelle (intercontrats, éviter éventuellement un chômage partiel), à l'attractivité des entreprises dans leur phase de recrutement (notamment par rapport aux nouvelles générations).

Jean-Michel Pasquier - Koeo.net



Comment fonctionne la plateforme Koeo.net, et quels dispositifs sont mis en place pour mettre en relation associations et entreprises ?

Nous avons aujourd'hui environ 3 000 associations partenaires reconnues d'intérêt général, réparties sur l'ensemble du territoire, et représentant toutes les thématiques du champ associatif. Chacune d'entre elle a la possibilité de mettre en ligne à tout moment une demande de mission qui sera consultable grâce à un moteur de recherche multicritère par les entreprises partenaires; de la même façon, celles-ci peuvent mettre en ligne leurs offres de compétences : on fonctionne donc dans une démarche push/pull pour favoriser l'adéquation et la "rencontre". En parallèle, notre expertise permet d'accompagner les entreprises à mettre en place les programmes de mécénat de compétences en interne, en construisant avec elles le plan de déploiement, les outils de communication interne, les événements et les points d'étapes qui vont participer à la valorisation de cette dynamique solidaire, notamment en terme RH. Notre V2, lancée à l'automne prochain, intégrera un véritable "tableau de bord" pour offrir un outil de gestion global.

Enfin, nous mettons en place des "journées de solidarité" (Community Day) pour mobiliser des équipes de collaborateurs sur un projet précis et les sensibiliser à l'action solidaire, des "speed-dating" où des associations locales rencontrent des salariés d'entreprises pour initier des missions, et des journées "challenge experts & solidaires", pendant lesquels des collaborateurs vont réfléchir au travers d'ateliers créatifs à des solutions pour répondre à des problématiques exposées par des responsable associatifs locaux.

Pouvez-vous nous parler des projets réalisés par vos partenaires ? Est-il difficile de diffuser cette pratique ?

La bonne nouvelle, c'est que de plus en plus d'entreprises de petite taille (pour certaines, c'est une dizaine de collaborateurs) s'investissent avec leurs salariés dans cette pratique; sachant que 96% des entreprises sont des PME/TPE en France, c'est un gisement potentiel formidable. D'ailleurs, si chaque salarié français donnait une seule journée par an au monde associatif, cela représenterait 452 siècles de temps-homme par an au profit de l'intérêt général ! Concernant les projets, on trouve parmi les demandes et les missions déployées environ 25% dédiées à des besoins en communication et marketing, 25% en gestion/comptabilité, 25% en informatique/web et un dernier quart représentant un mix de différentes compétences professionnelles ou personnelles.



Et pour les entreprises qui se posent encore la question "d'y aller ou pas", il faut qu'elles sachent que ce sont elles, avec nous, qui fixent les règles en amont : il faut commencer modestement, 1 ou 2 journées par an selon le type d'activité de l'entreprise, et puis regarder ensuite quel est le taux d'adhésion des salariés, pour l'étendre doucement année après année à des missions de plus longue durée. Encore une fois, chaque entreprise est différente, et peut construire son programme en interne selon ses spécificités, sa taille, sa culture, son histoire. C'est un outil de solidarité et de création de lien social souple et flexible. Mais dans tous les cas, la construction du cahier des charges préparatoire est prépondérante, car un tel programme doit s'inscrire avant tout dans la durée : il faut donc en définir le périmètre avec soin.

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

A l'heure où l'on parle de refondre le capitalisme et de rendre les modes de gouvernance plus humains et moins pyramidaux, il est important avec le réseau de montrer des initiatives émergentes qui peuvent être autant de pistes de réflexion et de modèles pour changer peu à peu la donne. Une des clés pour moi, c'est décloisonner, c'est-à-dire oser faire un melting-pot de bonnes pratiques, qu'elle viennent du monde associatif, du monde de l'entreprise, du secteur culturel, artistique, intellectuel, bref, ne pas avoir peur de s'ouvrir à des univers différents. Personne n'a LA solution, nous avons tous des micro-solutions, et c'est comme cela qu'on fera évoluer les mentalités, de façon pragmatique, sans angélisme, c'est-à-dire à condition que tout le monde y trouve son compte. En tant que membre, c'est cela que je veux et peux mettre à disposition du réseau, mon micro-point de vue :), et surtout des solutions pratiques transposables et duplicables !



Retrouvez ces entrepreneurs sur le site

www.entrepreneursdavenir.com