

MISSION & IMPACT

RAPPORT

2021 **2022** 2023



Citizen Capital

QUELQUES MOTS DE L'ÉQUIPE

Lorsque nous avons lancé notre 1^{er} fonds d'impact en 2008, notre vision était claire : les entreprises et les investisseurs ont un rôle essentiel à jouer pour relever les grands défis sociaux et environnementaux auxquels nous faisons face. En 2022, cette conviction est de plus en plus partagée, et plus fondamentale que jamais si nous souhaitons garder l'espoir de déclencher les basculements et les innovations nécessaires pour préserver notre Humanité. Pour y parvenir, nous pensons que le profit, et son corollaire, le rendement du capital, ne peuvent constituer une fin en soi. Ils sont des moyens.

Citizen Capital, c'est aujourd'hui une quinzaine de personnes engagées qui portent une vision commune de l'impact. Nous gérons 5 fonds dédiés au financement de start-ups et de PME dans leur phase *early stage* et *growth* et au financement de projets portés par les agriculteurs.

Devenus société à mission en 2021, nous sommes convaincus qu'une finance qui n'est pas au service des enjeux de société n'est ni désirable, ni pérenne. C'est pourquoi il fait aussi partie de notre mission d'explorer en permanence de nouvelles voies de financement pour répondre aux besoins mal servis par le marché, et de continuer à innover en tant qu'investisseurs. Nous travaillons notamment à un projet de fonds dédié au financement de solutions innovantes dans le monde associatif.

Dans ce rapport, nous mettons l'accent sur notre vision de l'impact comme accomplissement tangible de la mission (p. 8). Nous examinons ensuite comment nos différentes stratégies de fonds se sont comportées au regard de nos objectifs de mission (p. 12), et enfin nous présentons une vision synthétique de l'impact des entreprises de notre portefeuille (p. 22).

Bonne lecture !

www.citizencapital.fr

Nous soutenons les entrepreneurs visionnaires

Nous investissons pour transformer la société

Nous nous concentrons sur les besoins humains fondamentaux...

... pour façonner ensemble la société que nous voulons voir advenir



L'impact demain. Comment aller plus loin ?

La promesse de la *fin de l'histoire* dans laquelle les démocraties libérales offriraient une stabilité et des conditions de vie matérielles toujours meilleures à leurs populations s'est heurtée sur les 20 dernières années à une succession de crises (financière, migratoire, environnementale, sanitaire, démocratique). Ces crises ont profondément remis en question nos convictions, attaqué notre tissu social, et nous poussent aujourd'hui à repenser notre action collective et nos moteurs.

L'impact comme moteur d'action

La prise de conscience de notre fragilité a contribué à nous rendre collectivement plus à l'écoute des chocs majeurs en cours et à venir, et se traduit notamment par la montée du sentiment d'urgence écologique dans le débat public. Un deuxième enjeu, tout aussi urgent et nécessaire (d'ailleurs accentué par la crise climatique), nous semble fondamental : la perte de confiance dans la capacité de notre société à offrir à tous l'accès à des conditions de vie décentes (revenus, santé, logement), ainsi qu'à proposer des perspectives d'évolution (éducation, emploi, *pouvoir d'agir*) afin que pour chacun, *demain ait le potentiel d'être meilleur qu'aujourd'hui*. Cette perte de confiance dans notre modèle et son avenir mine le lien social et fait le lit du populisme et du repli sur soi qui mettent en danger nos démocraties.

Dans ce cadre, notre conviction est que le premier rôle des agents économiques, leur raison d'être profonde, est de servir les besoins fondamentaux des êtres humains et de la société. Les acteurs économiques et financiers ont montré historiquement leur puissance d'action pour façonner notre société, nos modes de vie, notre environnement. Qu'on le veuille ou non, ils sont des *agents de civilisation*. Et c'est aussi ce qui les oblige. Aux côtés de la société civile et des Etats, ils doivent faire de la réponse aux défis sociaux et environnementaux auxquels nous sommes confrontés, et auxquels ils ont contribué, leur urgence, leur priorité. Si la prise de conscience a commencé, nous devons aller beaucoup plus loin, et en faire nos moteurs d'action. Ce mouvement doit nous pousser à revoir en profondeur nos modes d'organisation, nos valeurs et nos modèles économiques pour nous mettre au service de cette mission. C'est pour donner un cadre à cette trajectoire que nous accompagnons activement le mouvement de l'Entreprise à Mission (qualité que nous avons nous-même adoptée en 2021).

L'émergence d'entreprises à mission avec des trajectoires remarquables

Formation de publics vulnérables, accès à l'emploi, apprentissage de la lecture, accès aux soins en zones défavorisées, efficacité énergétique et production d'énergie bas carbone, allongement de la durée de vie des équipements électroniques... Nous sommes fiers d'accompagner des dizaines d'entreprises dont la raison d'être est d'apporter des solutions innovantes pour répondre aux besoins fondamentaux de notre temps.

Notre expérience chez Citizen Capital nous montre que ces entreprises ont la capacité de connaître des développements spectaculaires, conjuguant déploiement d'impact à l'échelle et performance économique et financière. Ainsi, à fin 2021, nos analyses montrent qu'en moyenne, **les entreprises que nous accompagnons ont multiplié leurs indicateurs d'impact par 5,5 fois depuis notre investissement. Et leur taille (mesurée par les revenus) a augmenté de près de 8 fois sur les 5 dernières années, ce qui nous a déjà permis de « rendre » à nos investisseurs l'intégralité des montants investis, et ce malgré la jeunesse de notre portefeuille.**



“

Le capital a un rôle majeur à jouer pour relever les défis auxquels l'humanité est confrontée. Le profit comme le rendement du capital ne peuvent plus être des fins en soi. Ils sont des moyens.

Nous tirons trois enseignements de notre expérience. Premièrement, en se concentrant sur les besoins « fondamentaux », nous accompagnons des entreprises qui évoluent sur des marchés profonds et résilients et s'inscrivent dans des tendances macro-économiques de long terme. Deuxièmement, le prisme d'analyse de l'impact enrichit notre regard d'une vision élargie de l'entreprise qui nous aide à identifier très tôt certaines équipes visionnaires et des enjeux et marchés d'avenir. Troisièmement, nous suscitons l'intérêt d'entrepreneurs qui veulent s'entourer d'investisseurs qui agissent dans une approche pluripartite, se considèrent comme une partie prenante de l'entreprise aux côtés des clients, des employés, des fournisseurs et de l'environnement.

La nécessité d'aller plus loin

Compte-tenu de l'importance des enjeux, nous devons être toujours plus ambitieux et exigeants. Nous identifions plusieurs axes à approfondir.

Tout d'abord, nous sommes convaincus que la démarche de mesure de l'impact est nécessaire et incite à être exigeant et rigoureux. C'est un exercice passionnant et difficile car la définition et la mesure de ce qui est important pour l'être humain et pour le vivant sont des sujets complexes et qui demandent beaucoup de nuance. C'est aussi un exercice nécessaire pour éviter que l'investissement à impact ne soit une victime collatérale des abus, mensonges et fausses promesses de la finance « verte » et « durable ».

Ensuite, nous devons continuer à approfondir notre savoir-faire pour accompagner nos équipes d'entrepreneuses et d'entrepreneurs, au-delà de notre rôle d'actionnaire « professionnel », à déployer de l'impact au cœur de leur modèle.

Enfin, nous constatons que les mécanismes de marché classiques ne permettent pas de répondre à certains besoins cruciaux pour nos sociétés, que ce soit parce que les bénéficiaires ne peuvent payer (car trop défavorisés), ou parce que les bénéfices se mesurent au niveau de la collectivité et dans un temps long. Cela nous conduit à initier de nouveaux fonds avec des modèles économiques innovants, des attentes de rendement plus limitées, mais une plus-value sociale pour la collectivité qui nous semble très significative. L'investissement à impact n'en est qu'à ses débuts !

Laurence Méhaignerie & Pierre-Olivier Barennes

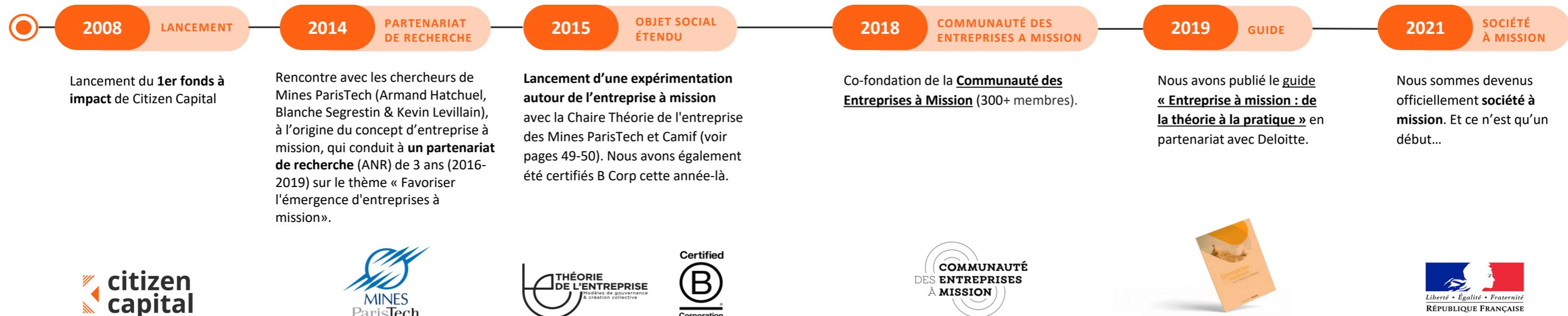
Mission et thèse d'investissement

NOTRE RAISON D'ÊTRE

Nous sommes devenus officiellement société à mission début 2021 et avons intégré dans nos statuts la formulation de notre mission, inscrite dans notre ADN depuis notre création en 2008.

- ▶ Nous mobilisons des fonds pour relever les défis sociaux et environnementaux de notre époque.
- ▶ Nous investissons aux côtés de femmes et d'hommes qui entreprennent et innovent pour répondre à ces défis et les accompagnons pour déployer leur mission.
- ▶ Nous reconnaissons le pouvoir de chacun, investisseurs et actionnaires, entrepreneurs et dirigeants, salariés, clients et citoyens, pour, ensemble, façonner une économie au service de la société.

NOTRE TRAJECTOIRE



NOTRE THÈSE D'INVESTISSEMENT

VIVRE

Permettre à chacun, et en particulier aux plus vulnérables, de vivre dignement et en bonne santé.

- ▶ Santé
- ▶ Bien vieillir
- ▶ Inclusion financière
- ▶ Logement
- ▶ Nutrition



SE RÉALISER

Donner à tous les individus les moyens de déployer leur plein potentiel.

- ▶ Éducation
- ▶ Formation professionnelle
- ▶ Futur du travail
- ▶ Citoyenneté et démocratie



TRANSFORMER

Agir pour basculer vers une économie régénérative post-carbone, avec un impact net positif sur la planète.

- ▶ Climat
- ▶ Économie circulaire
- ▶ Énergies renouvelables
- ▶ Préservation des écosystèmes



Nos réalisations en bref

NOS OBJECTIFS DE MISSION

2021 a été marqué par notre passage en société à mission. Pour orienter notre action au service de notre mission, nous avons retenu 4 objectifs :

OBJECTIF DE MISSION

1

Mobiliser et orienter de plus en plus de capitaux vers les projets qui répondent aux besoins fondamentaux de l'être humain et de la planète, en assurant une rémunération du capital en cohérence avec ces projets

OBJECTIF DE MISSION

2

Accompagner les entreprises innovantes à déployer leur mission au cœur de leur modèle économique.

OBJECTIF DE MISSION

3

Explorer en permanence de nouvelles voies d'investissement pour répondre à des besoins mal servis par le marché.

OBJECTIF DE MISSION

4

Promouvoir et incarner les valeurs d'ouverture, de diversité et de collectif, et reconnaître la pluralité des intérêts des parties prenantes, tant au sein de l'organisation de la Société que dans les entreprises qu'elle accompagne.

NOS RÉALISATIONS EN 2021

1

Nous avons levé 2 nouveaux fonds



110 MILLIONS D'EUROS LEVÉS POUR LE FONDS D'ENTREPRISES A MISSION III ET LE NOUVEAU FONDS DANS L'AGRICULTURE

5 fonds
sous gestion

200M€+
sous gestion

Nous avons investi dans 6 nouvelles entreprises

2 Early-stage

Beebs et Kompozite

4 Growth

Ipso Santé, SustainCERT, 365Talents et Chance

Nous avons aussi réinvesti dans 2 sociétés en portefeuille et cédé nos parts dans 2 entreprises

21 entreprises en portefeuille fin 2021

2

Nous avons accompagné leur développement

+61%

croissance annuelle du chiffre d'affaires cumulé du portefeuille

X5.5

croissance des indicateurs d'impact depuis la date de réalisation des investissements

1 200 emplois

soutenus (+43% en 2021)

5 entreprises

sont devenues soit B Corp soit société à mission, soit les deux.

3



LANCEMENT D'AGRI IMPACT - PREMIER FONDS DÉDIÉ AUX AGRICULTEURS

4

Nous sommes devenus société à mission

après 6 ans d'expérimentation et de travail sur le modèle d'entreprise à objet social étendu et la co-fondation de la Communauté des Entreprises à Mission en 2018.

Notre impact en quelques chiffres clés

Multiple d'impact global

x5,5 à fin 2021



VIVRE

x3,8

croissance de l'impact à fin 2021*



18 000+

patients vivant dans une zone à faible densité de médecins (ZAC ou ZIP)

deuxiemeavis.fr

1 741

deuxièmes avis médicaux délivrés, couverts par les mutuelles d'assurance



TELEGRAFIK

1 630

bénéficiaires maintenus à domicile avec le support d'aidants à distance



60 000

personnes protégées avec un masque filtrant les nanoparticules

OPEN CLASSROOMS

12 000

étudiants suivant un parcours diplômant, dont 81% financés par un tiers



3 800+

projets à impact financés en 2021

Clever Connect

8,7 millions

de candidatures sur le site Meteojob en 2021 - 53% des candidats ont un niveau de formation inférieur ou égal au bac

Superwood

260 000

salariés ont exprimé leur avis en 2021

MAKE.ORG

1,2+ million

de citoyens contributeurs à des propositions sociétales et 61 actions réalisées avec des associations



SE RÉALISER

x7,9

croissance de l'impact à fin 2021*



35 MTCO₂e

certifiés in 2021

KEON GROUP

36 000

Eq. foyers alimentés en biogaz pour 71,000 T GES évités

CertiDeal

7 000 TCO₂e

économisées avec la vente de 124,000+ smartphones d'occasion



4 900+

heures de R&D sur des solutions de recyclage innovantes de la fibre de carbone

deepki

251 000 TCO₂e

d'économies d'énergie détectées pour 500Mm² de bâtiments supervisés



TRANSFORMER

x3,5

croissance de l'impact à fin 2021*

* Multiple d'impact calculé par rapport à une base 100 à la date de réalisation des investissements, sur les fonds growth II & early stage (hors fonds growth III et Agri Impact)

SOMMAIRE

INTRODUCTION

Quelques mots de l'équipe	/02
Edito - L'impact demain, comment aller plus loin ?	/03
Mission et thèse d'investissement	/04
Nos réalisations en bref	/05
Notre impact en quelques chiffres clés	/06

CHAPITRE 01

NOTRE VISION DE L'IMPACT 08

Qu'est-ce que « l'impact » aujourd'hui ?	/09
Qu'est-ce que l'impact pour nous ?	/10
Comment analysons-nous le potentiel d'impact des entreprises ?	/11

CHAPITRE 02

L'ACCOMPLISSEMENT DE NOTRE MISSION 12

Nos objectifs de mission	/13
#1 - Orienter davantage de capitaux vers les besoins humains fondamentaux	/14
#2 - Accompagner les entreprises dans le déploiement de leur mission au cœur de leur modèle économique – <i>OpenClassrooms et Deepki</i>	/16
#3 - Explorer de nouvelles voies d'investissement pour répondre à des besoins mal couverts par le marché – <i>Agri Impact</i>	/19
#4 - Promouvoir et incarner un modèle d'entreprise engagée, diverse et juste	/21

CHAPITRE 03

MATÉRIALISATION DE L'IMPACT 22

Vivre	/24
Ipsos santé	/25
<i>entretien avec Benjamin Mousnié-Lompré, cofondateur Ipsos</i>	/26
Beebs	/27
Telegrafik	/28
Deuxièmeavis.fr	/29
R-Pur	/30
Se réaliser	/31
Chance	/32
OpenClassrooms	/33
Ulule	/34
Cleverconnect	/35
365Talents	/36
Supermood	/37
Make.org	/38
<i>Zoom sur quelques grandes actions Make.org en 2021</i>	/39
Lalilo	/40
Transformer	/41
SustainCERT	/42
<i>entretien avec Marion Verles, cofondatrice SustainCert</i>	/43
Keon	/44
Deepki	/45
Extractive	/46
Certideal	/47
Kompozite	/48
Camif	/49
<i>entretien avec Emery Jacquillat, président Camif</i>	/50

CHAPITRE 01

NOTRE VISION DE L'IMPACT

ET POURQUOI LA MISSION PERMET DE
DEPLOYER PLUS D'IMPACT

Les sociétés contemporaines sont confrontées à des défis sociaux et environnementaux sans précédent. Dans le même temps, nos économies se sont habituées à créer de nouveaux besoins artificiels. Nous pensons que les entreprises qui répondent à des besoins profonds et fondamentaux deviendront des références pour le 21ème siècle.



Qu'est-ce que l'impact* aujourd'hui ?

Lorsque nous avons démarré notre aventure en 2008, le terme « impact » ne faisait pas partie du vocabulaire économique et financier. Aujourd'hui, la sphère économique dans son ensemble accroit son niveau d'ambition en la matière. C'est une excellente nouvelle et nous sommes fiers d'avoir contribué au lancement de ce mouvement. Il faut maintenant aller plus loin.

Le concept d'impact fait l'objet de nombreuses discussions au sein de diverses organisations à travers le monde – voir les définitions de l'[Impact Management Project](#) et du [Global Impact Investing Network \(GIIN\)](#). Nous avons activement contribué à en discuter au sein d'organisations françaises – voir la définition du [Forum pour l'Investissement Responsable](#) et de [France Invest](#) et celle de [Finance For Tomorrow](#).

Tout le monde n'est pas d'accord sur ce que cela signifie. Cependant, un consensus se dessine autour de 3 concepts clés : intentionnalité, additionnalité, mesure.

Intentionnel

Avoir un impact positif durable n'est pas le fruit du hasard. Cela requiert de la part de l'entreprise comme de l'investisseur d'explicitement son intention, son ambition. Cette intention définie ex ante, également appelée « théorie du changement », incite l'investisseur à définir la contribution qu'il veut apporter et à choisir des investissements à impact en conséquence plutôt que d'autres options d'investissement.

* Les investissements à impact sont réalisés dans l'intention de générer un impact social et environnemental positif et mesurable, associé à un rendement financier.
Source : GIIN

Additionnel

L'impact exclut le statu quo. Pour déclencher un changement, les acteurs économiques et financiers doivent apporter un impact additionnel à la société par rapport à une situation antérieure. Cette additionnalité peut être générée par le passage à l'échelle d'une entreprise qui a un impact ou par le développement d'un impact supplémentaire dans une entreprise qui effectue une transition durant la période d'investissement.

Mesurable

L'impact est piloté au moyen d'indicateurs et de chiffres. Ceux-ci démontrent la pertinence des actions mises en œuvre par rapport à l'intention et aux objectifs fixés en amont.

Selon nous, c'est un bon début, mais nous ne devons pas nous arrêter en si bon chemin.



Qu'est-ce que l'impact pour nous ?

En tant qu'investisseurs, nous estimons que le capital peut être un puissant levier d'impact et nous nous considérons donc comme des catalyseurs d'impact. Dans cette perspective, nous souscrivons à la définition « intentionnel - additionnel - mesurable », mais nous prenons également en considération trois autres dimensions, qui nous sont apparues comme essentielles au fil du temps.

L'IMPACT VISE A RÉSOUDRE DES PROBLÈMES

Les sociétés contemporaines sont confrontées à des défis sociaux et environnementaux sans précédent. Dans le même temps, nos économies se sont habituées à créer de nouveaux besoins artificiels. Nous pensons que les entreprises qui répondent à des besoins profonds et fondamentaux deviendront des références pour le 21ème siècle.

Trouver de nouveaux moyens pour donner accès à une éducation de qualité, en particulier à ceux qui en ont le plus besoin, aider davantage de personnes à rester en bonne santé, fournir de nouvelles solutions qui permettent aux entreprises/grandes industries de réaliser leur transition sociale et/ou environnementale... Nos économies ont besoin d'organisations qui conçoivent leur cœur de métier comme la réponse à un défi à relever.

PAS D'IMPACT DURABLE SANS MISSION

Tout au long de notre parcours, nous avons remarqué qu'il n'y a pas d'impact à long terme sans une vision claire du changement qu'une entreprise veut apporter à la société. C'est d'autant plus vrai pour une institution financière.

En tant qu'investisseur à impact, nous ne pouvons pas nous contenter de lancer de nouveaux produits à impact sur le marché. Nous devons également nous interroger sur notre objectif en tant que personne morale. Quelle est notre raison d'être en tant qu'entreprise ? Quelle est notre contribution spécifique à la société ? Quelle voie devons-nous emprunter pour apporter cette contribution ?

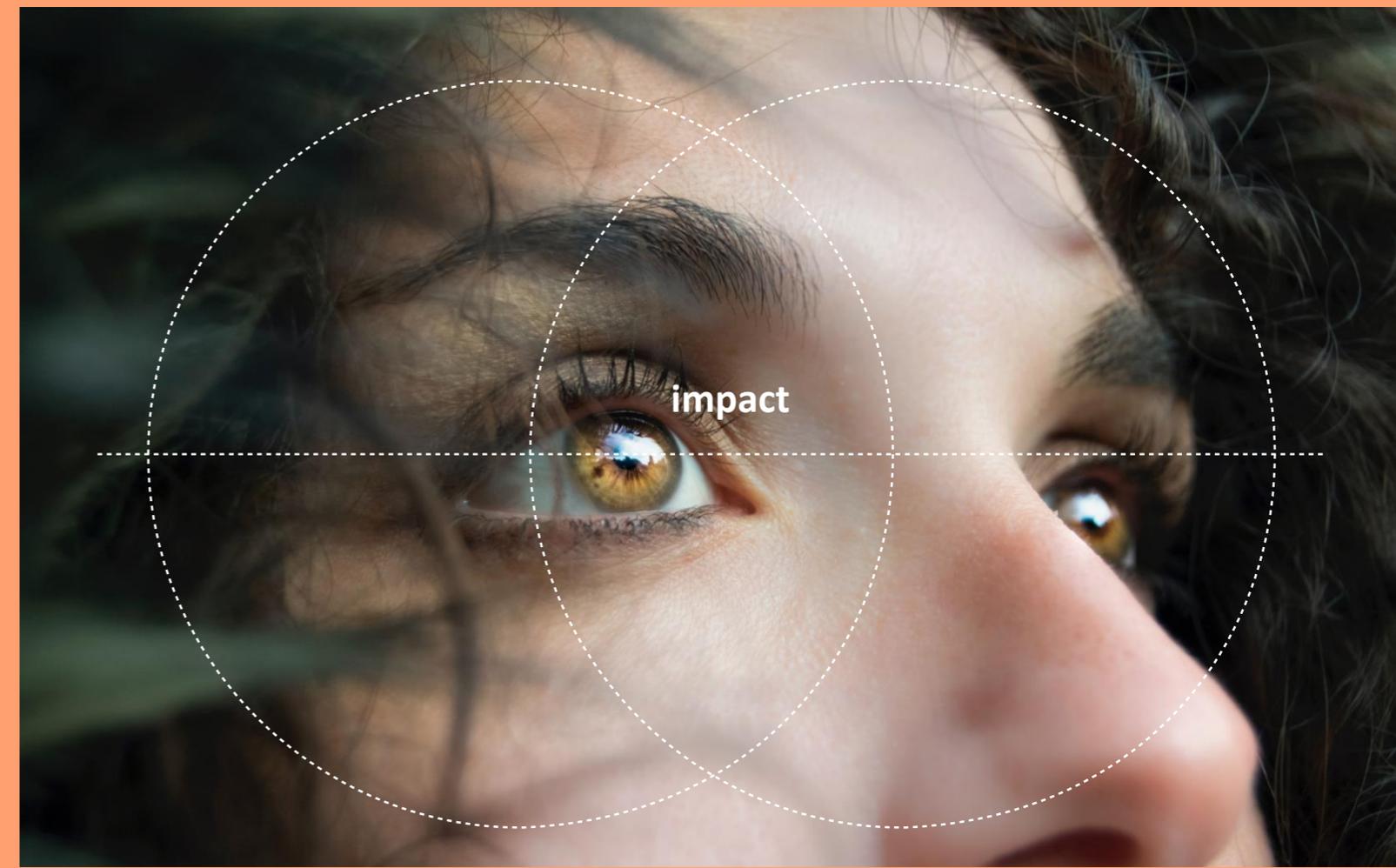
Avoir un impact positif sur les gens ou sur notre environnement est toujours fragile. Surtout en ce qui concerne l'impact social, il peut être mis en péril par un changement dans l'équipe, dans l'environnement économique ou même dans le modèle d'affaires. Ce n'est que si la mission est ancrée suffisamment profondément dans la stratégie et la culture de l'entreprise que l'impact peut alors être préservé, voire augmenté à long terme.

L'IMPACT EST « CORE BUSINESS »

L'impact n'est pas une externalité positive. Il ne s'agit pas non plus d'une partie marginale de l'activité d'une entreprise. L'impact est au cœur de l'activité. Même si une stratégie d'impact peut avoir un effet sur les décisions opérationnelles à court terme, elle participe à la création de valeur stratégique de l'entreprise. Pour assurer cet alignement, notre expérience a montré que la formulation d'une mission est un outil puissant dès lors qu'elle est intégrée à tous les niveaux de l'entreprise – de sa stratégie à sa culture, et bien sûr par ses produits.

C'est par exemple la raison pour laquelle notre approche de l'ESG (commune à toutes nos participations) est clairement distincte de notre approche de l'impact (spécifique à chaque entreprise en fonction de sa finalité). Les deux sont complémentaires.

C'est aussi pour cela que notre *carried interest* est lié à la fois à notre impact et à notre performance financière. C'est aussi pour cette raison que les stratégies d'investissement de nos fonds sont au service de notre mission en tant que société de gestion.



Comment analysons nous le potentiel d'impact des entreprises ?

Nous estimons que ce sont les entreprises dans lesquelles nous investissons qui produisent de l'impact. C'est pourquoi nous effectuons systématiquement une analyse d'impact multidimensionnelle pour valider notre décision d'approfondir l'étude d'un investissement. L'objectif est d'identifier le potentiel d'impact ainsi que les angles morts qui pourraient empêcher l'entreprise d'atteindre un impact maximal à l'avenir.

À cet effet, poser les bonnes questions est un bon début. Nous échangeons avec les entrepreneurs sur 6 dimensions clés pour forger notre conviction, puis nous nous appuyons sur cette analyse préliminaire tout au long de l'investissement pour aider les entreprises à maximiser leur impact.

Profondeur du besoin

Votre entreprise répond-elle à un besoin humain fondamental ou à un défi environnemental majeur (selon la science) ?

Vos clients achètent-ils également l'impact que votre service/produit génère ?

Accessibilité

L'offre de votre entreprise est-elle accessible ou potentiellement accessible à tous et en particulier à ceux qui rencontrent des obstacles pour accéder au bien/service en question ?

Vision & Intentionnalité

Avez-vous une vision claire de ce que vous voulez apporter à la société à travers votre entreprise ?

Avez-vous pour ambition de construire une culture d'entreprise portée par sa mission ?

Alignement

Existe-t-il de fortes synergies entre votre modèle économique et votre mission ?

La mission est-elle intégrée à tous les niveaux de l'entreprise (produits actuels et futurs, marketing, gestion, etc.) ?

Additionnalité

L'innovation de votre entreprise est-elle susceptible de changer les normes existantes ou de faire évoluer un paradigme sur son marché ?

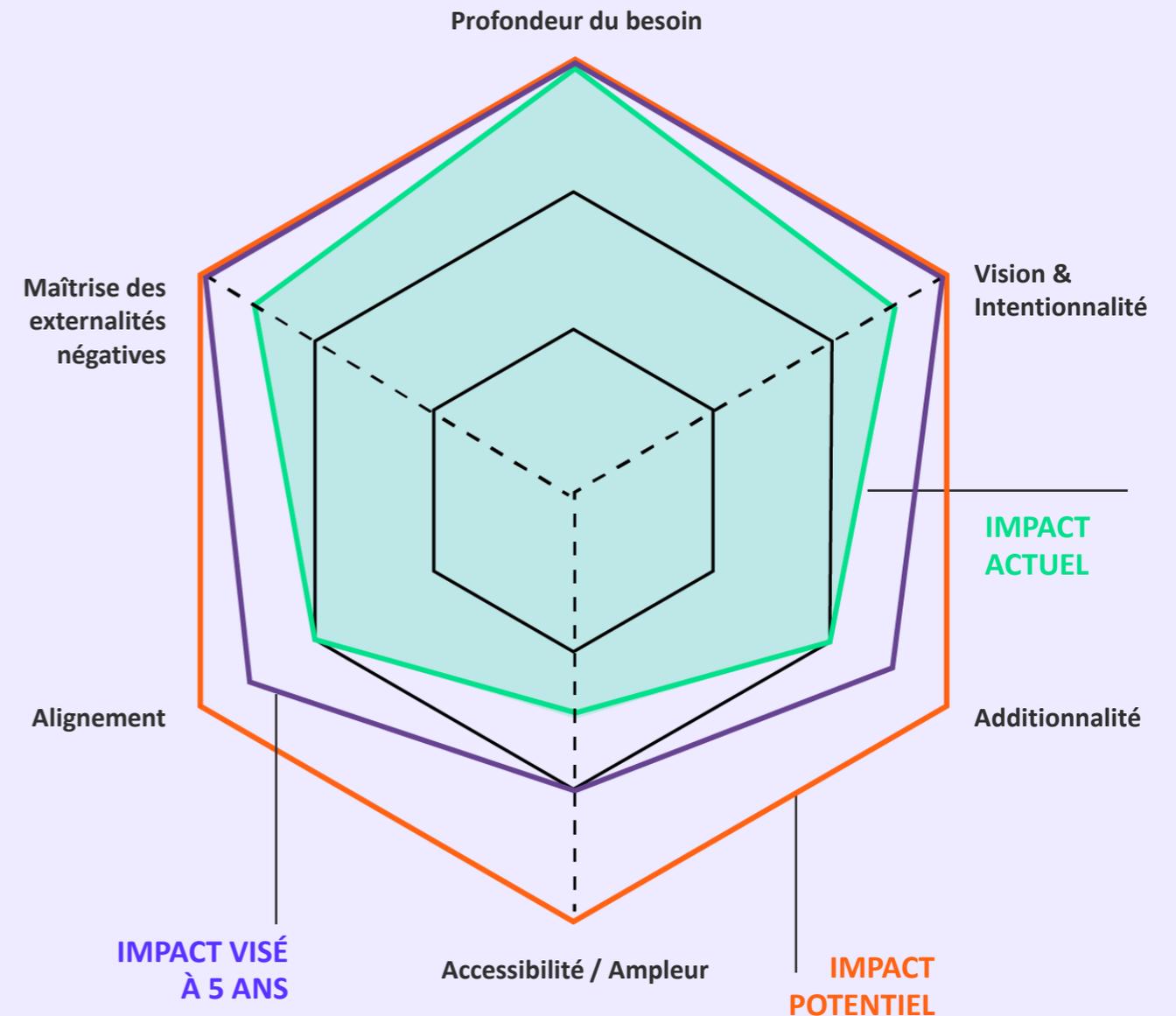
Votre produit change-t-il la donne pour la société dans son ensemble ?

Ce changement peut-il être mesuré ?

Maîtrise des risques

Les principaux risques sociaux et environnementaux sont-ils bien identifiés ?

S'ils existent, comment agissez-vous pour les atténuer ?



*Nos critères d'investissement requièrent un score d'au moins 2 pour la profondeur du besoin, la vision & l'intentionnalité et l'additionnalité et d'au moins 1 pour les autres dimensions. Notre accompagnement vise à compléter le radar.

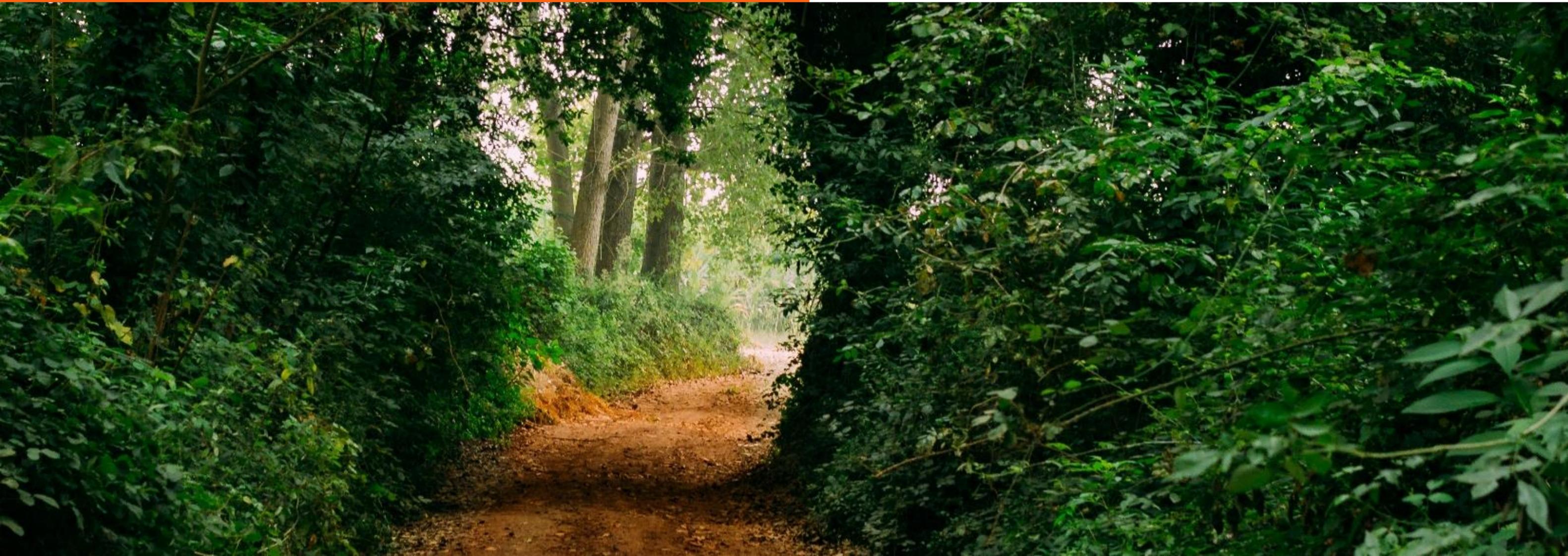
Une fois cette étape franchie, nous accompagnons les entrepreneurs pour formaliser leur ambition d'impact avec la définition d'objectifs et d'indicateurs associés. Tous les ans, nous examinons ensuite l'évolution de ces indicateurs et en déduisons la croissance d'impact par rapport à la date d'investissement (le *multiple d'impact*).

CHAPITRE 02

L'ACCOMPLISSEMENT DE NOTRE MISSION

EN TANT QUE SOCIÉTÉ DE GESTION

Tout au long de notre parcours, nous avons remarqué qu'une entreprise ne peut déployer d'impact à long terme sans une vision claire du changement qu'elle veut apporter à la société. C'est d'autant plus vrai pour une entreprise financière.



Nos objectifs de mission

OBJECTIF DE MISSION

1

Mobiliser et orienter de plus en plus de capitaux vers les projets qui répondent aux besoins fondamentaux de l'être humain et de la planète, en assurant une rémunération du capital en cohérence avec ces projets

Tout d'abord, notre rôle est de collecter un montant croissant de capitaux pour répondre aux besoins humains et environnementaux fondamentaux. Cette ambition implique de construire des relations de qualité et un dialogue à long terme avec les fournisseurs de capitaux, ainsi que de démontrer la performance financière de notre stratégie. Cela nécessite également de contribuer à l'évolution des pratiques de nos parties prenantes vers une compréhension plus large de nos obligations fiduciaires – la notion d'« intérêt » ne se réduisant pas à l'intérêt financier – et du rôle que le capital peut jouer au service de la société.

Une fois que nous avons levé des capitaux privés, notre travail ne s'arrête pas là. Nous devons soigneusement sélectionner les organisations ayant le plus fort potentiel d'impact, c'est-à-dire celles qui sont le plus susceptibles d'apporter une réponse systémique aux défis de l'humanité.

En tant qu'entreprise à mission, nous nous affirmons également comme un projet d'intérêt collectif, dont la finalité ne se réduit pas aux seuls objets des véhicules financiers que nous gérons. Notre but est de favoriser et de faire partie d'une communauté innovante orientée vers une pluralité d'objectifs, dont la création de richesse, le progrès social et la durabilité. En prouvant que notre modèle fonctionne, notre ambition est d'entraîner d'autres acteurs économiques dans notre sillage. Avec eux, nous voulons construire une économie où le capital répond aux besoins sociaux et environnementaux. Cette ambition se reflète dans nos actions, nos publications et notre présence au sein de l'écosystème.

OBJECTIF DE MISSION

2

Accompagner les entreprises innovantes à déployer leur mission au cœur de leur modèle économique.

Nous ne nous contentons pas d'investir de l'argent et d'attendre que de grandes choses se produisent. Notre objectif est d'aider les entreprises à définir leur mission, à l'ancrer au cœur de leur projet et à faire de leur impact un levier de création de valeur à 360°, avec des implications sur la manière dont elles recrutent leurs collaborateurs, dont elles développent leur offre, dont elles appréhendent leurs clients, dont elles construisent leur marque... bref, dont elles créent de la valeur stratégique à long terme.

Cette ambition suppose d'améliorer constamment notre méthode et de rechercher de nouveaux outils, mais aussi de consacrer une partie significative de notre temps et de nos ressources à cet accompagnement. Notre objectif ultime est d'aider les entreprises à bâtir des fondations sur le long terme, avec des effets bénéfiques qui perdureront bien après notre départ.

En tant que société à mission, nous avons défini 4 objectifs auxquels nous nous référons systématiquement lorsque nous sommes amenés à prendre une décision importante ou à dessiner de nouveaux projets :

OBJECTIF DE MISSION

4

Promouvoir et incarner les valeurs d'ouverture, de diversité et de collectif, et reconnaître la pluralité des intérêts des parties prenantes, tant au sein de l'organisation de la Société que dans les entreprises qu'elle accompagne.

L'approche traditionnelle des investisseurs en capital-risque est agnostique et repose uniquement sur la rentabilité attendue. Les investisseurs parient sur le scénario pour l'avenir qui a le plus de chances de se produire et sur les acteurs du marché qui sont les plus susceptibles d'en ressortir gagnants d'un point de vue financier. En tant qu'investisseur à impact, notre approche est politique : nous investissons parce que nous croyons dans un scénario pour l'avenir qui est non seulement susceptible de se produire, mais aussi souhaitable pour notre planète et ses habitants.

Ce faisant, refléter la diversité de la société dans laquelle nous évoluons est une valeur cardinale de l'entreprise. Nous reconnaissons la diversité des intérêts de nos parties prenantes – souscripteurs, co-investisseurs, entrepreneurs, employés, clients, citoyens. Nos intérêts ne sont pas toujours ni à tout moment alignés avec les leurs. Nous faisons donc de notre mieux pour tenir compte de leurs intérêts spécifiques.

Nos valeurs d'ouverture et de diversité s'incarnent également dans notre manière de prendre des décisions, de constituer notre équipe et de partager cette valeur au sein de l'équipe. Nous souhaitons notamment encourager le fait de travailler avec des personnes différentes, le respect de la vie privée et de la déconnexion, la bienveillance et la non-concurrence au sein de l'équipe, l'égalité de traitement et le principe de partage de la valeur créée.

OBJECTIF DE MISSION

3

Explorer en permanence de nouvelles voies d'investissement pour répondre à des besoins mal servis par le marché.

Nous sommes des pionniers de l'investissement à impact. Nous sommes nés pour aider les entreprises à devenir de puissants agents de transformation sociale.

Une partie de notre identité est d'être des innovateurs. Nous voulons continuer à être des pionniers, à explorer de nouvelles façons d'investir. Si trouver un modèle économique équilibré est nécessaire pour assurer la pérennité d'un projet, rentabilité et rendement attendus doivent être cohérents avec la nature du projet, le risque et les objectifs d'impact. La rentabilité financière n'est donc pas une fin en soi ; elle est au service des besoins à satisfaire.

En cherchant donc toujours à mettre en place des modèles économiques pérennes", nous osons expérimenter, innover et créer de la valeur au sens large du terme, au-delà des classes d'actifs ou des modèles économiques établis des fonds correspondant aux standards, et ainsi affirmer une certaine vision de notre rôle d'actionnaire.

OBJECTIF DE MISSION

1

Orienter de plus en plus de capitaux vers les besoins humains fondamentaux

Nous avons collecté + 200M€ depuis notre création



Growth & Expansion

Citizen Capital I (22M€)
Lancé en 2008

Citizen Capital II (43M€)
Lancé en 2015

Citizen Capital III (80M€)
Lancé au Q4 2021



Early stage

**Citizen Capital
Impact Initiative
(25M€)**
Lancé en 2019



Agriculture

Agri Impact (30M€)
Lancé en janvier 2021

“

Cela implique de construire des relations de qualité et un dialogue à long terme avec les fournisseurs de capitaux, mais aussi de plaider pour une compréhension plus large du rôle que le capital peut jouer au service de la société.



Nous sommes heureux d'avoir investi dans **6 nouvelles entreprises**



Ipsos Santé

Centres de santé accessibles et innovants



Beebs

Articles d'occasion pour les enfants



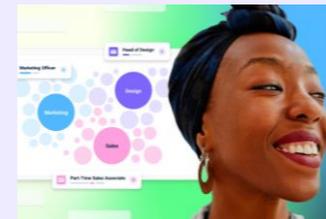
Kompozite

Conception de bâtiments à faible émission de carbone



SustainCERT

Vérification de l'impact social et environnemental



365Talents

Développement des compétences au sein des entreprises



Chance

Orientation professionnelle pour les adultes

Nous avons réinvesti dans **2 entreprises pour accompagner leur croissance**



Extractive

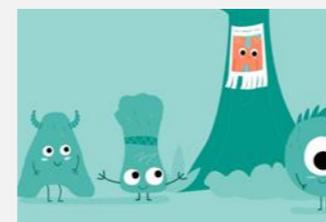
Valorisation des déchets industriels



CleverConnect

Solutions logicielles pour le recrutement

Nous avons cédé nos parts dans **2 entreprises qui se sont rapprochées de nouveaux actionnaires**



Lalilo

Application d'apprentissage de la lecture



Camif

Boutique en ligne de mobilier de maison responsable

ZOOM SUR LES NOUVEAUX FONDS 2021

Agri Impact

Agri Impact est le premier fonds dédié aux agriculteurs en France. Son objectif est d'aider les agriculteurs à augmenter leurs revenus et à contribuer aux transitions alimentaire, énergétique et environnementale.

Stratégie du fonds :

- ▶ projets de diversification portés par des agriculteurs
- ▶ investissements en fonds propres et quasi-fonds propres
- ▶ tickets de 0,3M€ à 3M€

Doté de 30M€ pour son premier *closing*, Agri Impact est géré avec le soutien de la Fondation Avril (équipe de deux personnes) et rassemble des investisseurs de premier plan, parmi lesquels des investisseurs institutionnels publics et privés, des acteurs du monde agricole et des spécialistes de l'énergie.

Le fonds est géré par une équipe dédiée nouvellement recrutée chez Citizen Capital.



Antoine Vedrenne
Associé



Aurore Aspar
Chargée d'affaires

- ▶ Voir pages 19-20 pour plus de détails

Citizen Capital III : Fonds d'entreprises à mission

L'objectif de ce nouveau fonds est de soutenir 12 à 15 entreprises à mission dans leur phase d'expansion, dans la continuité de la philosophie d'investissement affinée au cours de nos 14 années d'expérience :

- ▶ Une vision synergique entre l'impact et la performance économique : l'impact n'est pas une externalité positive du modèle mais bien le cœur de la valeur stratégique des sociétés accompagnées ;
- ▶ Un focus sur des innovations apportant des réponses potentiellement systémiques aux enjeux majeurs de notre société ;
- ▶ Une stratégie centrée sur l'accompagnement d'entreprises en très forte croissance répondant à des besoins profonds dans des secteurs résilients (éducation, emploi, santé, transition écologique etc.)

Stratégie du fonds :

- ▶ Ticket moyen de 7 à 9M€
- ▶ Positions généralement minoritaires, en tant que lead/co-lead d'un pool d'investisseurs
- ▶ Approche active de la gestion du portefeuille
- ▶ Portefeuille cible équilibré entre des opérations de type *Late-stage / Growth* dans des entreprises à forte croissance et des opérations de capital développement dans des entreprises plus matures

Deux premiers investissements ont été réalisés en 2021 : 365Talents et Chance.

Le fonds a rassemblé 80M€ pour son 1er *closing*, soit deux fois la taille de son prédécesseur CKII (43M€), de la part d'investisseurs institutionnels français et internationaux ainsi que de familles et entrepreneurs français.



Accompagner les entreprises dans le déploiement de leur mission au cœur de leur modèle économique

Au cours de nos 14 années d'expérience, nous avons développé une expertise dans la conception de stratégies d'impact ainsi que dans l'accompagnement de nos participations dans la mise en œuvre de ces stratégies. Cette méthodologie vise à replacer la raison d'être au cœur de la stratégie des entreprises.

STRATÉGIE D'IMPACT

Nous aidons nos participations à formuler une mission claire, associée à des objectifs d'impact, des indicateurs d'impact et des valeurs cibles. Il en résulte un *business plan* d'impact détaillé.

MISE EN ŒUVRE DE LA MISSION

▶ **Intégrer la mission dans la stratégie, l'offre et la politique marketing** : Dans nos échanges avec les dirigeants ou au sein des organes de gouvernance, nous insistons et revenons sans cesse sur la compréhension fine des besoins, sur la pertinence et la valeur ajoutée de l'offre et sur un positionnement marketing et commercial cohérent avec la mission.

▶ **Déployer la mission dans la culture d'entreprise** : Selon les besoins, nous finançons ou animons des ateliers, en interne ou avec des cabinets de conseil sélectionnés, pour renforcer les piliers de la culture interne et aligner ces piliers avec la mission de nos participations. Nous les aidons, entre autres, à devenir société à mission et à obtenir la certification B Corp.

▶ **Mettre en relation** : Grâce à notre communauté, nous mettons en relation les startups de notre portefeuille avec plus de 200 entrepreneurs, conseils, leaders dans leur secteur et experts de l'impact. Nous leur présentons, par le biais d'une newsletter spécifique, des candidats cherchant à travailler dans des entreprises porteuses de mission.

Nous avons mis en œuvre cette démarche avec OpenClassrooms et Deepki (cf. pages suivantes)





ÉTUDE DE CAS

Construire une culture axée sur la mission

Lorsque nous avons investi en 2016, OpenClassrooms était une entreprise française de 37 salariés. 5 ans plus tard, elle réunit environ 500 collaborateurs à travers le monde.

Tout au long de cette expansion fulgurante, la mission d'OpenClassrooms – résumée par "rendre l'éducation accessible à tous, partout" – a été une boussole précieuse pour que l'équipe s'en tienne à son objectif alors que le projet grandissait :

- ▶ **Catégories d'étudiants** : OpenClassrooms a identifié comme prioritaires cinq catégories d'étudiants mal couvertes, améliorer l'accès à l'éducation pour ces catégories a été défini comme l'une des priorités de l'entreprise.
- ▶ **Modèle économique / financement** : OpenClassrooms a considérablement augmenté la proportion d'étudiants bénéficiant d'un financement par des tiers, en rendant les options de financement (privé ou public) plus accessibles.
- ▶ **Embauche** : L'adéquation avec la mission et les valeurs de l'entreprise est systématiquement évaluée lors du recrutement de nouveaux membres de l'équipe. Cela a permis à OpenClassrooms de se différencier sur un marché de l'emploi en tension dans le secteur de la tech, ainsi que de susciter un fort engagement par la suite.



2016

INVESTISSEMENT DANS L'ENTREPRISE

Nous avons investi dans l'entreprise et rejoint une aventure qui a commencé en 1999, lorsque Mathieu et Pierre – les cofondateurs d'OpenClassrooms – n'avaient que 11 et 13 ans.

2018

ENTREPRISE A MISSION

La mission d'OpenClassrooms a été inscrite dans ses statuts.

50M€ ont été levés en particulier auprès du fonds General Atlantic.

300 000+

utilisateurs actifs sur les cours gratuits de la plateforme chaque mois

80%

des 12 000 étudiants qui suivent un parcours diplômant sont soutenus financièrement par un tiers

2019

1^{ER} COMITÉ DE MISSION

Le premier comité de mission a été organisé pour apporter une perspective d'impact sur l'activité de l'entreprise.

2020

1^{ER} RAPPORT DE MISSION

Le premier rapport de mission a été publié pour donner un aperçu de l'impact aux parties prenantes externes.

OpenClassrooms est devenue une « société à mission » telle que définie par la loi Pacte.

2021

CERTIFICATION B CORP

2021

OpenClassrooms a été certifiée B Corp.

70M€ ont été levés auprès de Lumos, GSV, Chan Zuckerberg Initiative et Salesforce Ventures.

14 000+

« career outcomes »

(trouver un nouvel emploi, créer une nouvelle entreprise, etc.) en 2021

500+ employés

en 2021

“

Nous avons bénéficié avec Citizen Capital d'un partenaire financier profondément impliqué dans nos réflexions stratégiques et apportant une forte contribution à l'intégration de notre mission au cœur de notre projet d'entreprise.

Pierre Dubuc
Cofondateur & Président



OBJECTIF DE MISSION

2

deepki

ÉTUDE DE CAS

Accélérer la transition environnementale du bâtiment

Deepki est devenu un leader des solutions ESG et de Data Intelligence dans le secteur de l'immobilier. Le point de départ de ses fondateurs était simple :

- ▶ Responsable de plus d'un tiers des émissions mondiales de carbone, l'immobilier n'a d'autre choix que d'évoluer.
- ▶ Lorsqu'il s'agit de réduire les émissions de carbone, comme pour le reste, la mesure est la première étape essentielle pour faire bouger les lignes.
- ▶ La Data Intelligence est la clé pour permettre aux acteurs de l'immobilier de collecter leurs données ESG, d'obtenir une vision claire de la performance de leurs actifs et d'établir des plans d'action concrets en mesurant leur impact réel.

Sur un marché de l'efficacité énergétique vaste et en croissance, la plateforme logicielle de Deepki permet à ses clients de :

- ▶ collecter des données ESG
- ▶ obtenir un aperçu complet de la performance ESG de leur parc
- ▶ établir des plans d'investissement pour atteindre le Net Zero
- ▶ améliorer l'efficacité énergétique
- ▶ évaluer les résultats.

Nous les avons aidés à plusieurs niveaux :

- ▶ un soutien actif au niveau du board
- ▶ la définition de leur raison d'être et de leur mission
- ▶ la mise en place de KPIs d'impact
- ▶ l'intégration de la mission dans leurs statuts
- ▶ un soutien sur la certification B Corp.



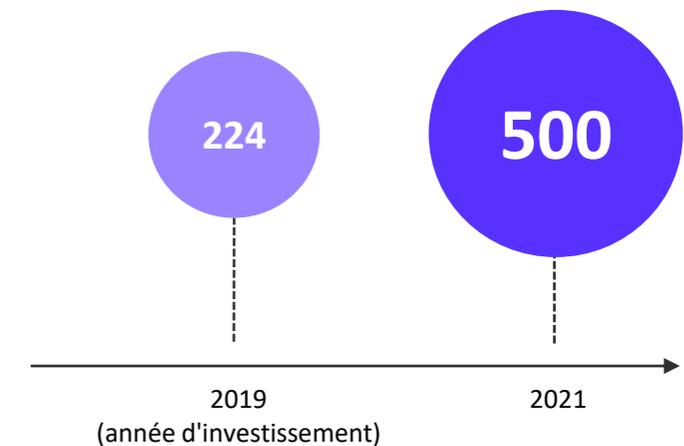
“

Citizen Capital a joué un rôle clé dans le développement de Deepki depuis leur investissement. Suite à un processus de due diligence approfondi en 2018, ils ont été capables de réaliser rapidement la transaction, puis se sont montrés des partenaires de grande valeur, en nous accompagnant sur les sujets clés, qu'il s'agisse de la définition de notre stratégie d'impact ou d'enjeux plus opérationnels comme le développement commercial et la structuration de la société. Leur philosophie d'accompagner le changement d'échelle d'entreprises à mission ambitieuses est un atout différenciant clé, très cohérent avec l'ADN de Deepki.

Vincent Bryant
Cofondateur & Président

Grâce à sa technologie unique et à sa proposition de valeur pour ses clients, Deepki est devenu un des leaders européens voire mondiaux des solutions ESG et de Data Intelligence dans le secteur de l'immobilier.

Surface supervisée (en millions de m²)



1793 GWh

d'économies d'énergie détectées depuis la création de l'entreprise

150M€

Levée de fonds initiée fin 2021 et conclue en 2022 pour accélérer le déploiement en Europe et aux États-Unis

Explorer de nouvelles voies d'investissement pour répondre aux besoins mal couverts par le marché

Nous ne cessons d'explorer de nouveaux champs potentiels d'investissement à impact. Par exemple, en 2021, nous avons étudié de nouvelles façons de fournir :

- ▶ des lieux de vie décents aux personnes avec des ressources financières limitées
- ▶ non seulement du capital, mais aussi des terres pour permettre le renouvellement générationnel de l'agriculture
- ▶ des financements aux associations par le biais de partenariats avec les pouvoirs publics.

Nous avons mis en suspens l'un de ces projets car le marché n'était pas encore prêt, mais nous poursuivons l'étude des autres opportunités et continuerons à en explorer de nouvelles à l'avenir.

Le premier fonds que nous avons lancé sur ces nouveaux champs d'investissement est dédié aux agriculteurs qui font face à d'immenses défis.



Agri-Impact > Les agriculteurs comme bénéficiaires

Lancé en janvier 2021 aux côtés de la Fondation Avril, Agri Impact est le premier fonds dédié aux agriculteurs en France. Il est né d'un double constat :

- ▶ D'une part, les agriculteurs ont des niveaux de revenus limités et ne disposent pas des fonds propres suffisants pour développer de nouvelles activités générant des revenus complémentaires
- ▶ D'autre part, l'agriculture a un rôle clé à jouer dans les transitions alimentaire, énergétique et environnementale.

L'objectif d'Agri Impact est de répondre à cette double problématique en proposant un nouveau dispositif d'impact (voir pages suivantes) et en finançant des projets de diversification des agriculteurs à travers trois grandes thématiques :



La première transformation

(légumeries, conserveries, fromageries, production d'insectes, etc.)



Les énergies renouvelables

(notamment la méthanisation agricole, etc.)



Les circuits courts et de proximité

(typiquement les magasins de producteurs, etc.)

OBJECTIF DE MISSION

3

Agri-impact : le 1^{er} fonds dédié aux agriculteurs

Bien évidemment, lorsque nous avons lancé Agri Impact, nous avons bénéficié de l'expérience accumulée en matière d'investissement et de mesure d'impact, mais nous avons également bénéficié de l'expérience de la Fondation Avril auprès des agriculteurs. A bien des égards, les agriculteurs sont des entrepreneurs. Nous avons développé une méthodologie pour évaluer l'impact des projets financés et pour accompagner la transition agri-écologique des fermes.

SOCIAL

Le projet permet-il aux agriculteurs de dégager des revenus complémentaires ?

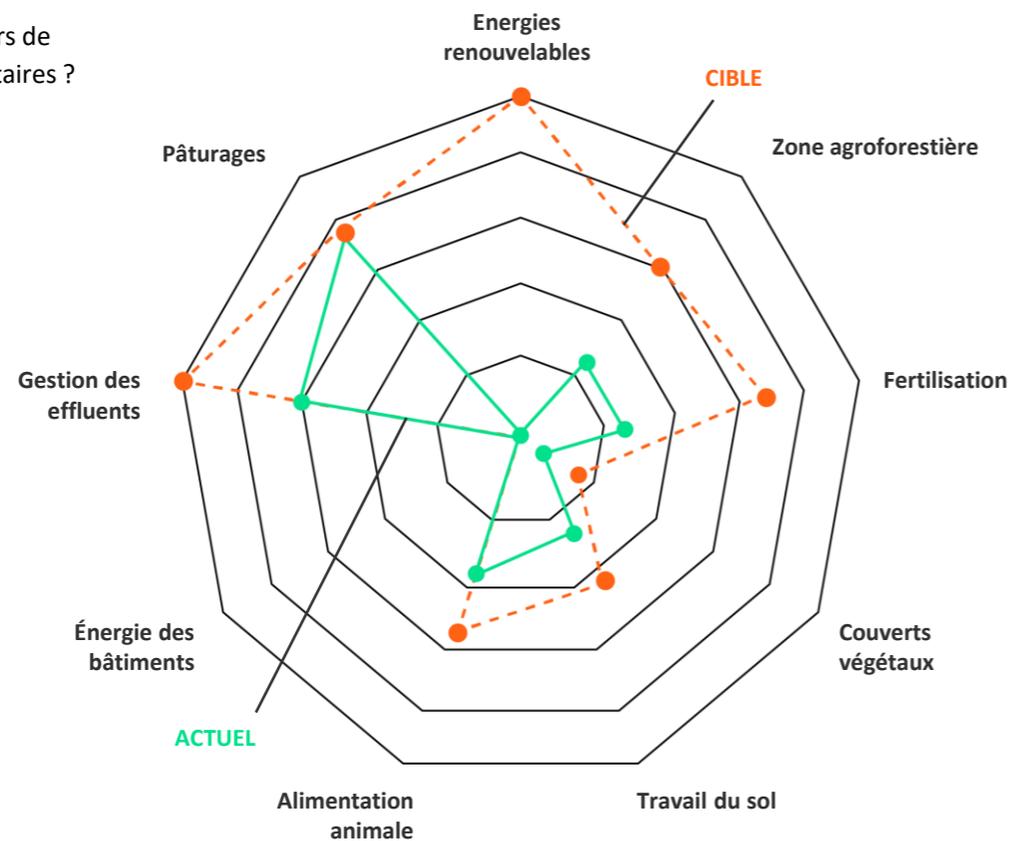
ENVIRONNEMENTAL

Le projet lutte-t-il contre le changement climatique et la perte de biodiversité en accompagnant les agriculteurs vers des pratiques agricoles durables, notamment en ce qui concerne la qualité des sols ?

TERRITORIAL

Le projet permet-il de créer des emplois et de renforcer la cohésion et l'économie au niveau local ?

Evaluation de pratiques agricoles durables :



Renforcer notre impact

Notre premier projet agricole a été financé en début d'année 2022. Nous en avons étudié de nombreux autres. En parallèle, nous continuons à explorer de nouvelles façons d'apporter plus de valeur aux agriculteurs. Cela inclut :

- ▶ la matérialité de ce qui est mesuré (pour aller au-delà de la certification Haute Valeur Environnementale)
- ▶ les outils que nous fournissons aux agriculteurs
- ▶ de nouveaux partenariats (pour soutenir encore davantage les agriculteurs dans leurs ambitions)



Promouvoir et incarner un modèle d'entreprise engagée, diverse et juste

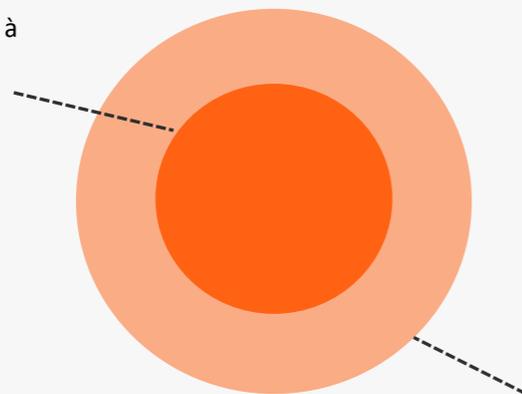
Field building

Dès 2018, Citizen Capital a contribué à la fondation de la Communauté des Entreprises à Mission pour rassembler les entreprises désireuses d'adopter un modèle à mission et de partager leur expérience entre pairs.

En 2021, nous avons été très heureux de constater l'augmentation significative du nombre de sociétés à mission, multiplié par 4 fois entre le début et la fin d'année pour atteindre 500 entreprises à ce stade. Avec plus de 300 membres, la Communauté des Entreprises à Mission est devenue l'association de référence des sociétés à mission et en chemin.

124

sociétés à mission à fin 2020



504

sociétés à mission à fin 2021

Source : observatoire.entreprisesamission.com

“

Société à mission et B Corp sont pour nous complémentaires. Dans un cas, nous répondons à la question « pourquoi nous sommes là », dans l'autre, nous nous assurons que nous agissons de manière responsable.



2015

CERTIFICATION B CORP



Nous avons été le premier fonds d'investissement français à être certifié B Corp (94 points vs. une note minimale de 80 pour être certifiée).

2018

NOMINATION B CORP

Nous avons obtenu une note de 109 points (+11 points depuis 2015) et nous avons été nominés comme « Best For the World Honoree – Changemakers » (top 5% parmi les B Corp au niveau mondial).

Diversité & Égalité des sexes

Nous nous sommes engagés à traiter les questions de diversité et d'égalité des sexes dans le secteur du capital-investissement ainsi qu'au sein de notre équipe

51%

des employés de nos participations sont des femmes

25%

de nos participations sont dirigées par au moins une femme

38%

des membres de notre équipe sont des femmes (et nous visons la parité)

SISTA

Nous avons signé la charte SISTA en 2019.



En France, nous n'avons pas vocation à mesurer la diversité ethnique. Chez Citizen Capital, nous pensons cependant que les chiffres aident à voir ce qui est réalisé ou non. Nous offrons donc délibérément la possibilité (facultative) à chacune des entreprises de notre portefeuille de rendre symboliquement compte de ce sujet chaque année. Nous sommes signataires de la Charte de la Diversité depuis 2010.

Partage de la valeur

Le « carried interest » est une rémunération à la performance, sous la forme du partage d'un intéressement. Chez Citizen Capital cet intéressement est réparti comme suit :

50%

de notre carried interest est fondé sur la performance sociale

100%

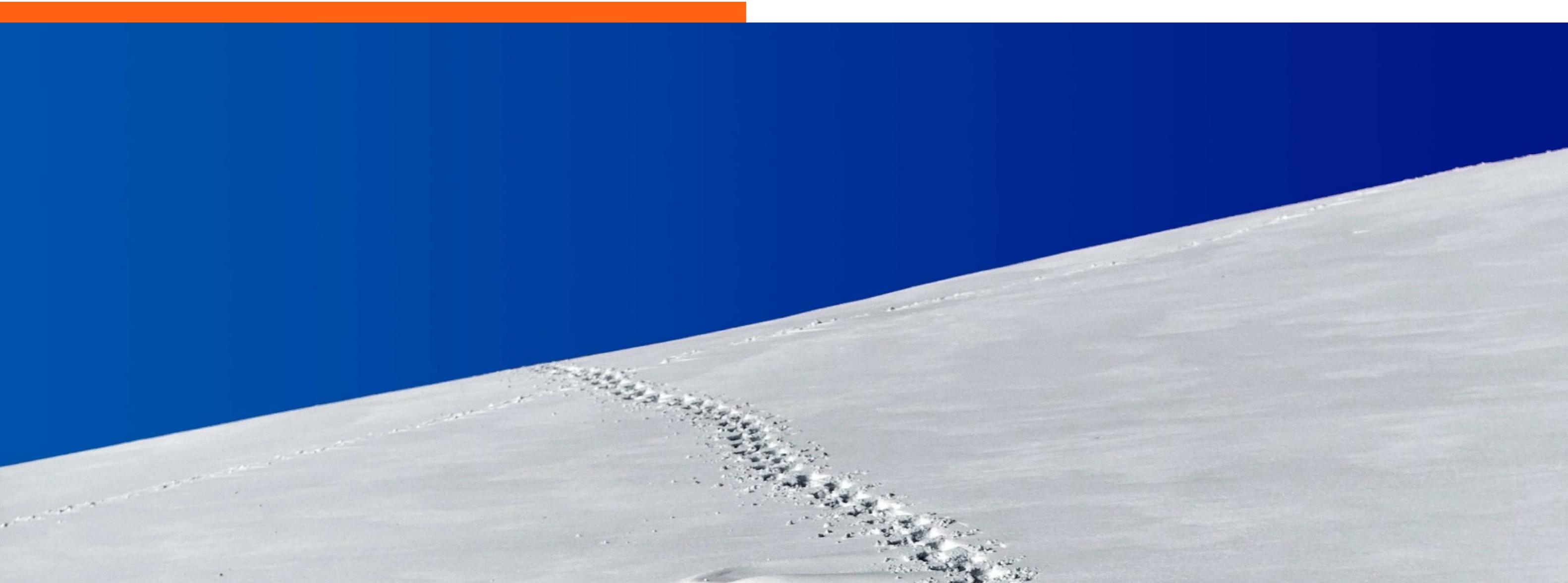
de l'équipe a accès au carried interest

CHAPITRE 03

MATÉRIALISATION DE L'IMPACT

A TRAVERS NOS PARTICIPATIONS

Mesurer l'impact est à la fois essentiel, mais aussi frustrant parce que les chiffres ne capturent qu'une partie de la richesse générée par une organisation qui poursuit un objectif d'impact positif. En redonnant de l'importance à l'évaluation qualitative, nous pensons que ce qui est mesuré a davantage de chances d'advenir et reste le meilleur moyen de rendre tangible la contribution d'une entreprise. Un pas après l'autre, chaque année, nous améliorons et affinons notre approche de la mesure.



Notre stratégie d'investissement

Dans tous nos fonds, nos stratégies d'investissement se concentrent sur les besoins fondamentaux suivants. Découvrez la mission et l'impact des entreprises que nous accompagnons.

VIVRE

Permettre à chacun, et en particulier aux plus vulnérables, de vivre dignement et en bonne santé.

- ▶ Santé
- ▶ Bien vieillir
- ▶ Inclusion financière
- ▶ Logement
- ▶ Nutrition



SE RÉALISER

Donner à tous les individus les moyens de déployer leur plein potentiel.

- ▶ Education
- ▶ Formation professionnelle
- ▶ Futur du travail
- ▶ Citoyenneté et Démocratie



TRANSFORMER

Agir pour basculer vers une économie régénérative post-carbone, avec un impact net positif sur la planète.

- ▶ Climat
- ▶ Énergie
- ▶ Biodiversité
- ▶ Economie circulaire





VIVRE

Permettre à chacun, et en particulier aux plus vulnérables, de vivre dignement et en bonne santé.

- ▶ Santé
- ▶ Bien vieillir
- ▶ Inclusion financière
- ▶ Logement
- ▶ Nutrition



SANTÉ

GROWTH & EXPANSION

Rendre les soins médicaux de proximité accessibles à tous

BESOIN FONDAMENTAL

Accès aux soins – En France, 7,4 millions de personnes vivent dans une zone où l'accès à un médecin généraliste est limité, ce qui représente plus de 10% de la population française.

STRATÉGIE D'IMPACT

Mission : repenser le système de santé de proximité pour le rendre accessible à tous.

- ▶ **Améliorer l'offre et l'accessibilité des soins de premier recours :** localisation en zones sous-dotées en médecins, tarification secteur 1 sans dépassement, délais de rdv courts, horaires d'ouverture étendus.
- ▶ **Augmenter la qualité des soins :** focaliser l'attention médicale sur le patient en déchargeant les médecins des tâches administratives et partageant les pratiques
- ▶ **Contribuer à l'efficience du système de santé :** désengorger les urgences, réduire les prescriptions de médicaments, contribuer à la recherche médicale, développer la médecine de proximité préventive en partenariat avec les autorités publiques



110 000+

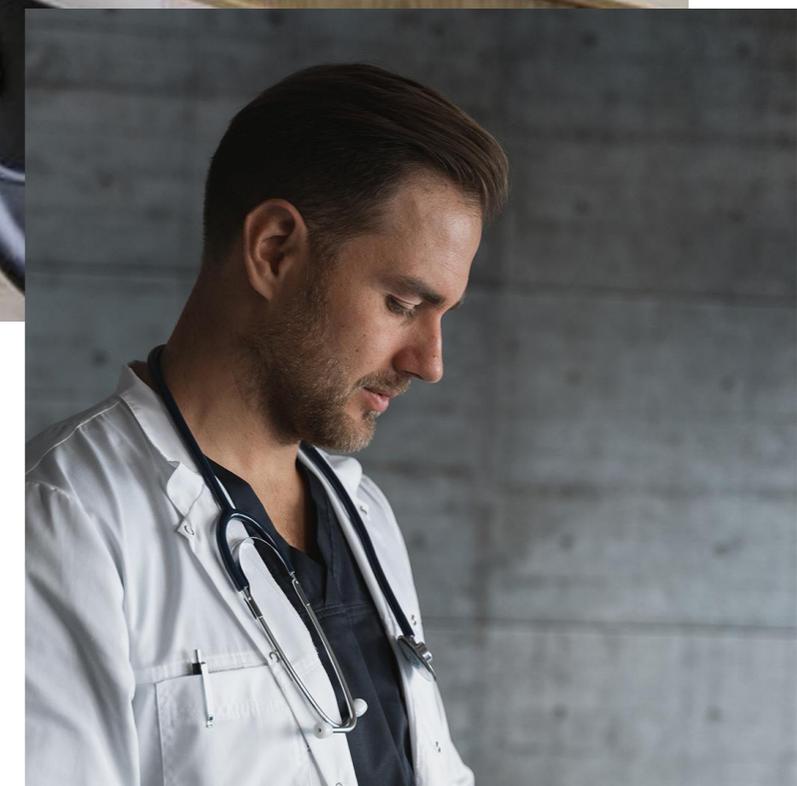
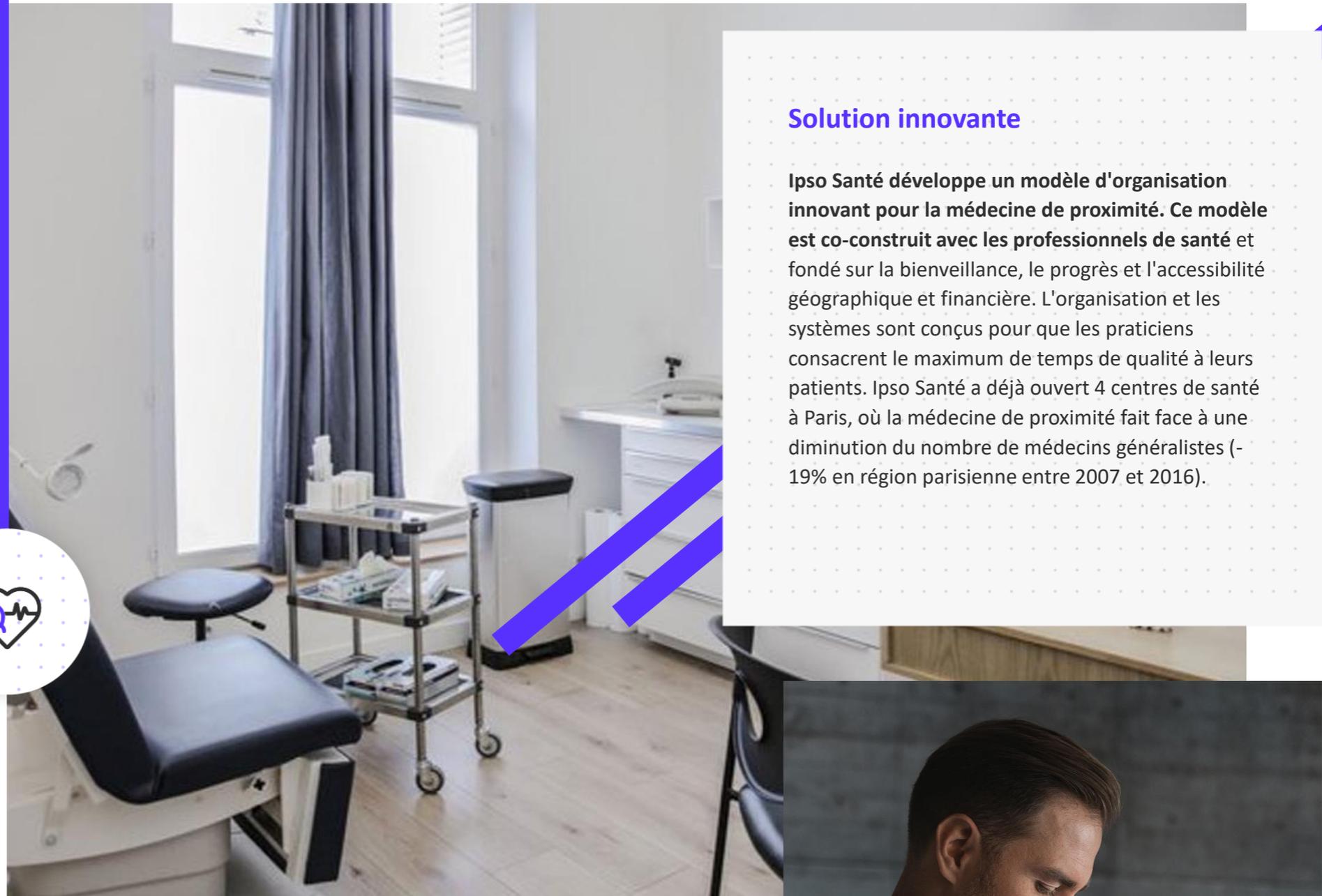
consultations réalisées en 2021

18 000+

patients vivant dans une zone à faible densité de médecins

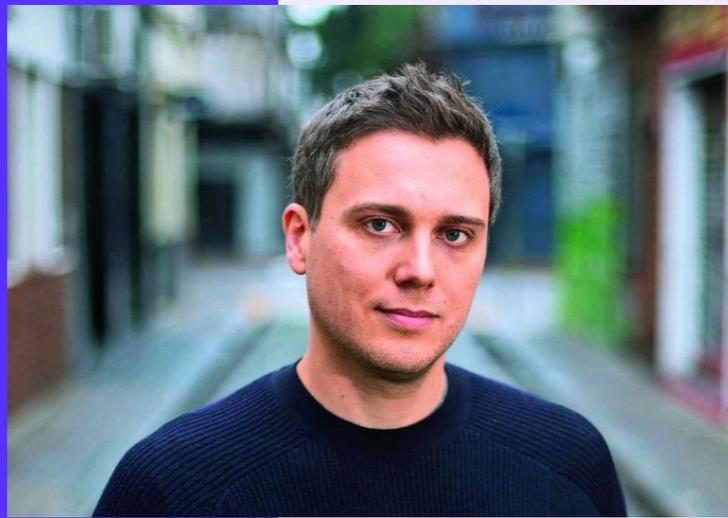
Solution innovante

Ipsos Santé développe un modèle d'organisation innovant pour la médecine de proximité. Ce modèle est co-construit avec les professionnels de santé et fondé sur la bienveillance, le progrès et l'accessibilité géographique et financière. L'organisation et les systèmes sont conçus pour que les praticiens consacrent le maximum de temps de qualité à leurs patients. Ipsos Santé a déjà ouvert 4 centres de santé à Paris, où la médecine de proximité fait face à une diminution du nombre de médecins généralistes (-19% en région parisienne entre 2007 et 2016).



BENJAMIN MOUSNIER-LOMPRÉ

Co-fondateur  ipso santé



Qu'est-ce qui t'a donné envie de créer Ipsos Santé ?

Je me suis intéressé initialement au secteur du soin de proximité pour des raisons familiales. Avec mes co-fondateurs, nous sommes ensuite partis de trois constats :

1. Les besoins de santé publique ont évolué dans les dernières décennies et le modèle du médecin de famille est en crise.
2. Comme le rappelle l'OMS dans son dernier rapport annuel, l'investissement dans un soin primaire dense et de qualité est le moyen le plus inclusif, le plus équitable, le plus économique et le plus efficace pour améliorer la santé physique et mentale des populations. Pourtant, aujourd'hui ce secteur est en délabrement accéléré, sous-investi depuis des décennies au profit d'une vision politique centrée quasi exclusivement sur l'hôpital.
3. Les jeunes professionnels de santé veulent travailler différemment, de manière plus collaborative.

Pour résumer, le point de départ d'Ipsos Santé était de créer les conditions d'une transformation vertueuse du soin de proximité, pour promouvoir un système de santé de qualité et accessible à tous.

“

Il n'y a pas un jour sans qu'un ou une patiente ne nous témoigne comment notre approche relationnelle l'a réconcilié avec la médecine, et réinscrit dans un parcours de soin régulier.

Selon toi, qu'est-ce qui est fondamentalement différent des autres centres de santé pour un patient chez ipso ? Et pour un professionnel de la santé ?

La grande majorité de nos patients viennent par bouche-à-oreille. Ils sont en général d'abord attirés par l'accessibilité, notamment les tarifs accessibles et les horaires étendus, l'environnement pratique et rassurant.

Mais a posteriori, ce qui ressort le plus dans nos questionnaires de satisfaction, c'est la qualité d'écoute de nos soignants. Nous faisons tout pour les mettre dans les meilleures conditions de travail possibles, les décharger notamment des pollutions administratives, pour qu'ils soient pleinement disponibles, avec un temps de qualité. Et les patients le ressentent très fortement : nous mesurons que 99% des patients nous recommandent ensuite à leurs proches.

As-tu en tête quelque chose que tu ne pensais pas être nécessaire pour rendre vos centres de santé accessibles à tous, mais que tu as appris en cours de route ?

Certaines populations souffrent d'un manque d'écoute, de discriminations majeures et parfois de violences médicales récurrentes. Elles souffrent d'un rapport paternaliste avec les soignants, qui les jugent sur leur mode de vie, ne leur expliquent pas grand chose et considèrent que le consentement avant un acte est optionnel.

Nous avons formé nos praticiens aux techniques d'écoute active et de communication non violente, avons travaillé avec des associations spécialisées pour mieux comprendre les besoins spécifiques de certaines populations, avons investi sur une démarche qualité via des questionnaires de satisfaction systématiques, et surtout cherché à développer au sein des équipes une culture de bienveillance, de transparence et de non jugement.

Il n'y a pas un jour sans qu'un ou une patiente ne nous témoigne comment notre approche relationnelle l'a réconcilié avec la médecine, et réinscrit dans un parcours de soin régulier.

Comment les indicateurs d'impact t'aident-ils à mieux gérer ton activité ? Comment sont-ils utilisés au niveau opérationnel ?

A mon sens, si une organisation est vraiment tournée vers l'impact, alors ses indicateurs opérationnels clés doivent être – pour l'essentiel – des indicateurs d'impact. Nos indicateurs d'impact sont pleinement intégrés à nos tableaux de bord mensuels, suivis et commentés en équipe, à l'échelle opérationnelle comme stratégique. Ils guident nos décisions au quotidien, et quand ils sont bons c'est un facteur clé de motivation des équipes et nous prenons le temps de les célébrer !

Quel est le prochain moyen de générer un impact positif sur votre écosystème que tu aimerais explorer avec Ipsos ?

Parmi les prochaines étapes, nous investissons de manière croissante dans la recherche médicale, et croyons beaucoup en notre capacité à améliorer les prises en charge en exploitant de manière plus poussée nos données via des techniques de traitement automatique du langage, et le croisement avec d'autres sources de données comme celles de l'assurance maladie.

A titre d'exemple, nous avons mené des premiers travaux prometteurs sur l'identification et la réduction des interactions médicamenteuses en médecine générale, qui sont une source majeure d'hospitalisations et de complications médicales. Nous voulons également identifier plus en amont et de manière plus systématique les personnes les plus vulnérables socialement et développer une approche plus proactive pour les ancrer dans un suivi plus régulier et préventif.

Nous sommes également en train de lancer un programme ambitieux d'expérimentation de l'échographie ultraportable en médecine générale, qui pourrait améliorer la qualité des diagnostics et réduire le recours à des examens supplémentaires.

“

Nos indicateurs d'impact [...] guident nos décisions au quotidien, et quand ils sont bons, c'est un facteur clé de motivation des équipes et nous prenons le temps de les célébrer !

E-COMMERCE

EARLY-STAGE

Améliorer le pouvoir d'achat des jeunes parents par l'achat d'occasion

BESOIN FONDAMENTAL

Accessibilité financière - Les dépenses d'habillement sont estimées entre 600 et 1 200 euros par an et par enfant. À ce titre, 85 % des Français considèrent l'argent comme un obstacle à un projet d'enfant.

70%

des utilisateurs actifs sous le seuil de revenu médian français

32%

des achats financés par les ventes

496 TCO₂e

non générées par l'achat de produits neufs en 2021

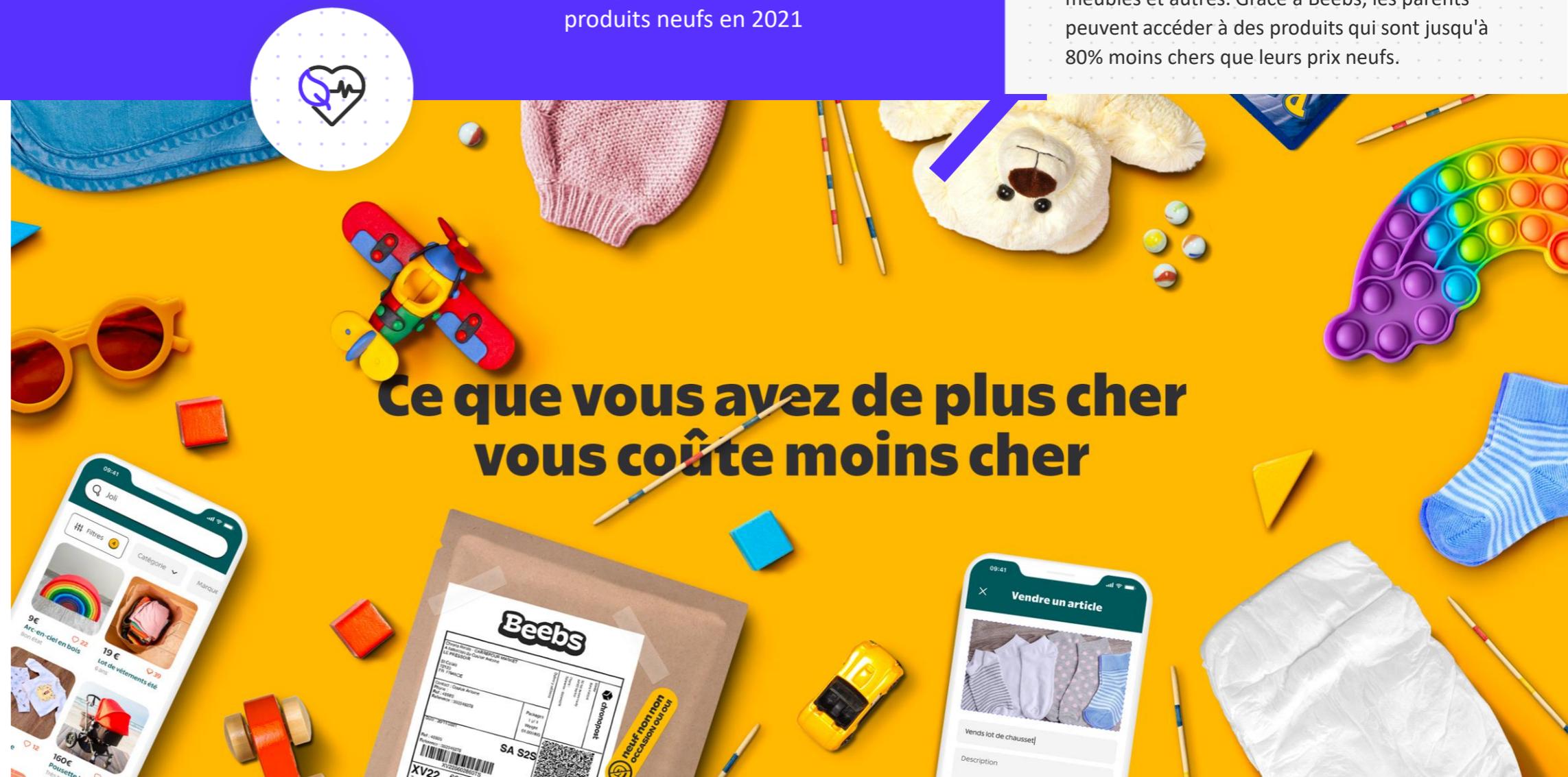
Solution innovante

Beebs est une place de marché de produits d'occasion autour de l'enfant. Le projet des fondateurs est d'aider les parents à subvenir aux besoins de leurs enfants d'une manière plus économique, plus durable et plus fiable. Beebs propose tous types de produits pour les bébés et les enfants : jouets, livres, vêtements, poussettes, meubles et autres. Grâce à Beebs, les parents peuvent accéder à des produits qui sont jusqu'à 80% moins chers que leurs prix neufs.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : rendre du pouvoir d'achat aux parents et en simplifiant les achats pour leurs enfants.

- ▶ **Accessibilité** : Quel est le taux d'utilisateurs actifs en dessous du seuil de revenu médian ?
- ▶ **Pouvoir d'achat** : Quel est le pourcentage d'achats financés par des ventes réalisées via Beebs ?
- ▶ **Impact environnemental** : Combien de pages produits affichent une estimation des économies de carbone ? Combien de tonnes de CO₂e sont économisées chaque année ?



Ce que vous avez de plus cher vous coûte moins cher

deuxiemeavis.fr

SANTÉ

EARLY-STAGE

Démocratiser le second avis médical

BESOIN FONDAMENTAL

Précision du diagnostic médical - Solliciter un second avis médical est un droit que les patients Français utilisent encore très peu. Dans le cas des pathologies graves ou sérieuses, 35 % des diagnostics initiaux font l'objet d'un changement de diagnostic ou de traitement à la suite de la consultation d'un second expert et permettent de sortir de l'errance médicale.



Solution innovante

Deuxiemeavis.fr est une plateforme de télé-expertise médicale sur laquelle **les patients touchés par des pathologies graves ou rares peuvent accéder gratuitement une expertise médicale de haut niveau afin de confirmer ou infirmer leur premier diagnostic** en moins de 7 jours. Le service, pris en charge par les complémentaires santé, permet de réduire l'inégalité d'accès à l'expertise médicale. Les patients bénéficient également d'un accompagnement humain global (récupérer son dossier médical, remplir les questionnaires, scan et téléchargement de tests, etc.)

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : démocratiser l'accès à l'expertise médicale et maximiser les chances de guérison de patients frappés de maladies graves

- ▶ **Maximiser les chances de guérison des patients atteints de maladies graves ou rares :** Combien de patients ont bénéficié d'une seconde expertise médicale et quel est l'impact de ce diagnostic sur la suite de leur traitement ?
- ▶ **Faciliter l'accès à l'expertise médicale pour tous les patients :** quelle est la part des patients qui sont couverts par une complémentaire santé ? Quelle est la part d'ouvriers, employés, artisans, agriculteurs ou chômeurs dans la clientèle ?

1 741

seconds avis médicaux
délivrés en 2021

58%

des patients sont couverts via une
complémentaire santé





TELEGRAFIK

SANTÉ

EARLY-STAGE

Apporter plus d'autonomie aux personnes âgées

BESOIN FONDAMENTAL

Prise en charge des personnes âgées - En France, 85% des Français veulent vieillir à domicile. Plus de 1,2M de personnes âgées de plus de 60 ans sont dépendantes et près de 3 personnes sur 10 sont des aidants.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : contribuer au bien vieillir de la population en aidant les personnes âgées à rester autonomes et en fournissant aux aidants une réassurance au travers un contrôle à distance

- ▶ **Contribuer à l'autonomie des personnes âgées ou vulnérables chez elles** : Combien de personnes bénéficient des solutions de Telegrafik ? Quelle est la fréquence de connexion des aidants ?
- ▶ **Fournir aux aidants une solution sûre et efficace** : Combien de centres de soins utilisent les solutions Telegrafik ?



Solution innovante

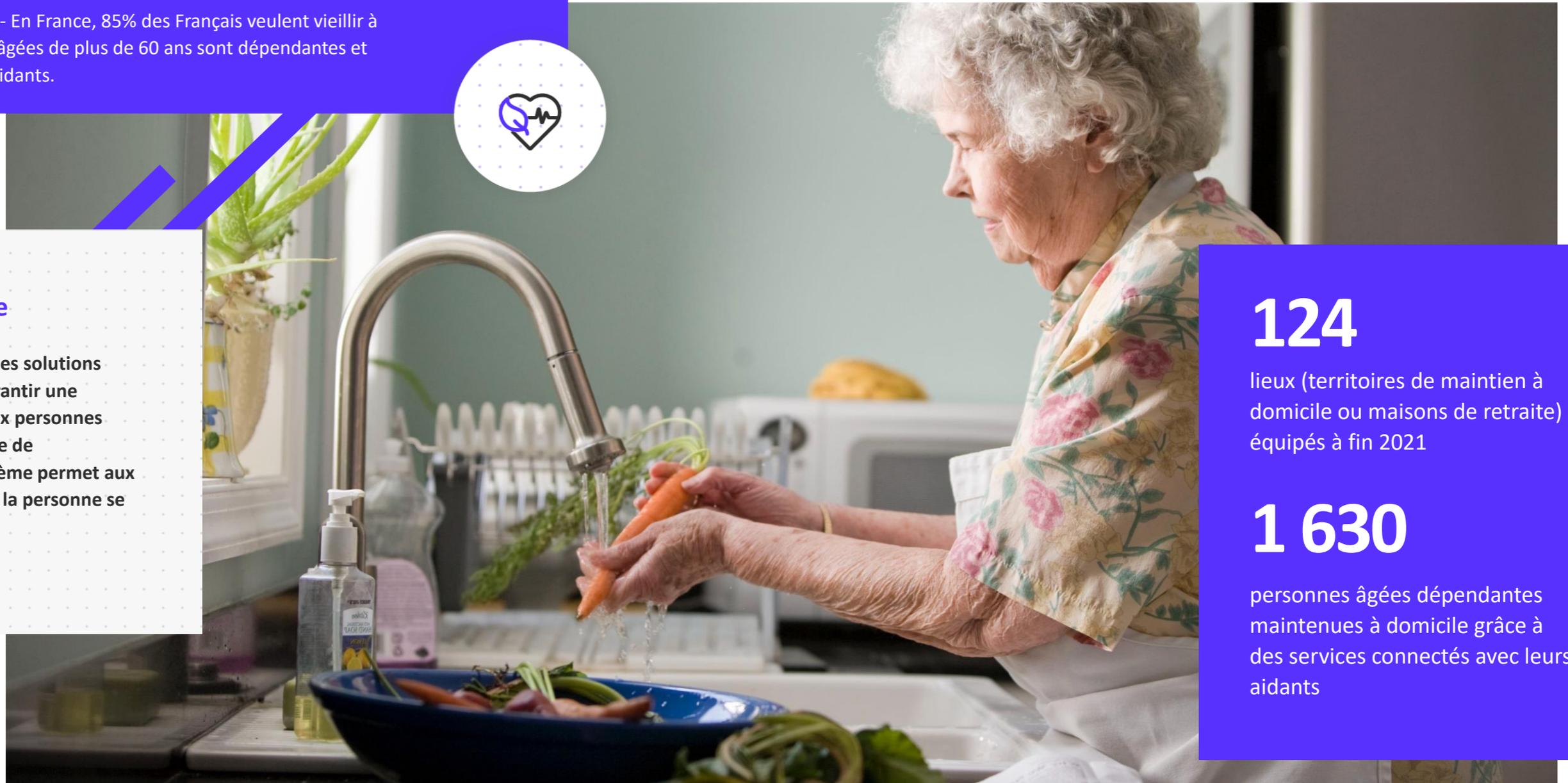
Telegrafik a développé des solutions technologiques pour garantir une autonomie maximale aux personnes âgées grâce à un système de télésurveillance. Ce système permet aux aidants de s'assurer que la personne se porte bien à distance.

124

lieux (territoires de maintien à domicile ou maisons de retraite) équipés à fin 2021

1 630

personnes âgées dépendantes maintenues à domicile grâce à des services connectés avec leurs aidants



SANTE

EARLY-STAGE

Protéger les populations contre la pollution de l'air

BESOIN FONDAMENTAL

Qualité de l'air - L'Organisation Mondiale de la Santé estime qu'environ 90% des habitants de la planète respirent un air pollué. Chaque année, 7 millions de personnes meurent d'une exposition aux particules fines, dont 49 000 en France.

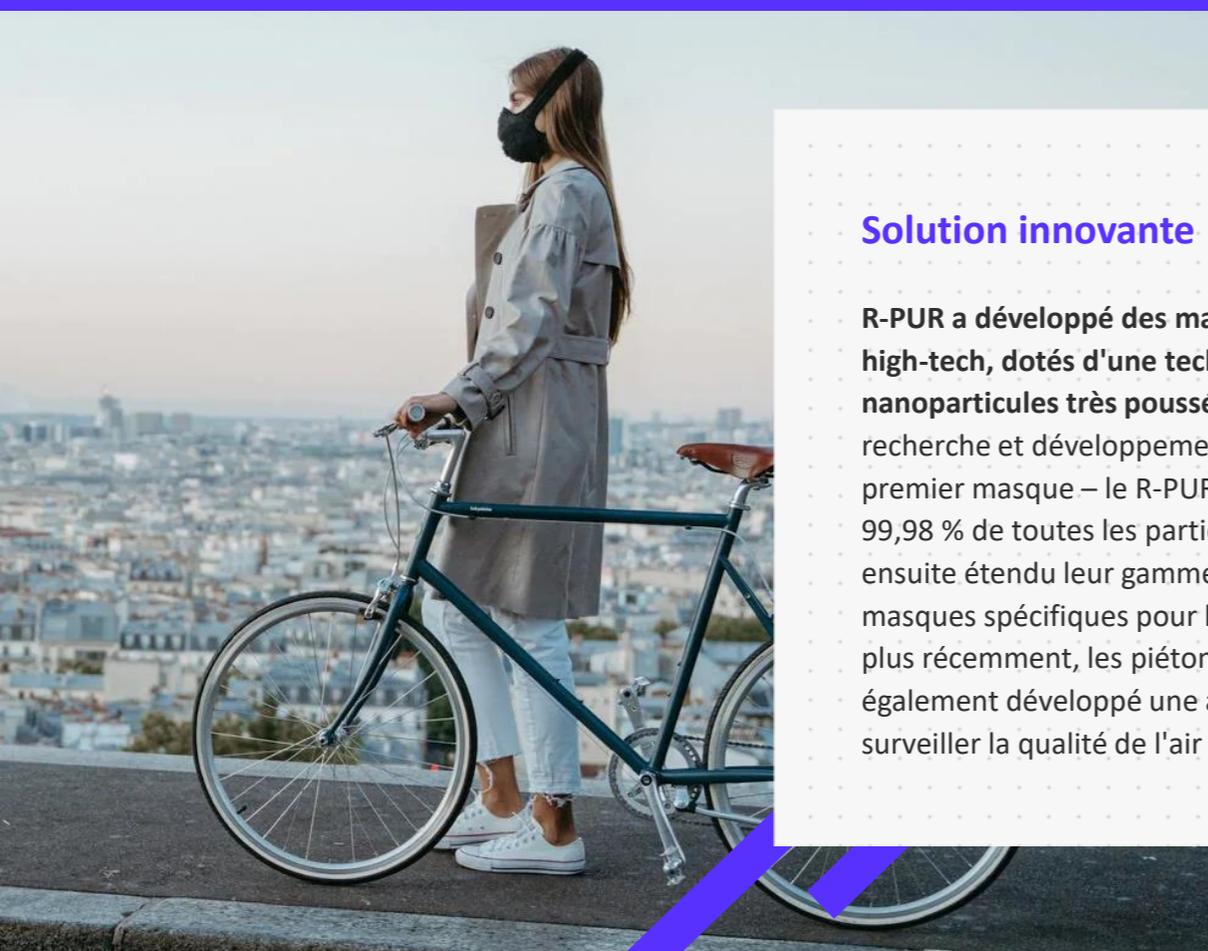


60 000

personnes protégées des nano particules avec un masque R-Pur

Filtration des nanoparticules nocives jusqu'à

0.05 micron



Solution innovante

R-PUR a développé des masques anti-pollution high-tech, dotés d'une technologie de filtrage des nanoparticules très poussée. Après deux ans de recherche et développement, R-PUR a sorti son premier masque – le R-PUR Nano® One qui filtre 99,98 % de toutes les particules – en 2018. Ils ont ensuite étendu leur gamme de produits à des masques spécifiques pour le sport, le cyclisme et, plus récemment, les piétons urbains. Ils ont également développé une application pour surveiller la qualité de l'air en temps réel.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : protéger toutes les populations des risques sanitaires liés à la pollution de l'air, grâce à une innovation technologique permettant de filtrer plus de 99% des nanoparticules

- ▶ **Protéger** : Combien de masques ont été vendus ?
- ▶ **Sensibiliser** : Combien d'utilisateurs actifs utilisent l'application régulièrement ?
- ▶ **Renforcer l'accessibilité** : A combien de nouveaux usages (enfants, voiture, maison) la gamme de produits a-t-elle été étendue ? Quel est le prix moyen d'entrée de gamme ?



SE RÉALISER

Donner à tous les individus les moyens de déployer leur plein potentiel.

- ▶ Education
- ▶ Formation professionnelle
- ▶ Futur du travail
- ▶ Citoyenneté et Démocratie



CHANCE

COACHING ACCESSIBLE

GROWTH & EXPANSION

Améliorer la mobilité sociale par la mobilité professionnelle

BESOIN FONDAMENTAL

Mobilité sociale et professionnelle - Aujourd'hui, si vous faites partie des 25% des salaires français les plus bas, il faudra en moyenne 6 générations (soit 200 ans) à vos descendants pour s'élever au-dessus du salaire médian (OCDE 2018).

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : aider chacun à choisir le parcours professionnel qui lui correspond.

- ▶ **Démocratiser l'accès au bilan de compétence et au conseil d'orientation :** Chance s'est engagé à un ratio minimum de 25% de publics vulnérables dans les bénéficiaires du parcours (à date mesuré en fonction du dernier salaire connu)
- ▶ **Améliorer l'employabilité :** Chance mène des enquêtes régulières pour connaître les résultats du programme auprès des bénéficiaires en termes d'évolution professionnelle
- ▶ **Contribuer à améliorer l'épanouissement au travail :** Les bénéficiaires pensent-ils avoir surmonté des barrières psychologiques ou être sur le point de les surmonter ? Dans quelle mesure leur activité professionnelle est-elle alignée avec leurs aspirations à l'issue du programme ?

Solution innovante

Chance est un programme d'orientation professionnelle destiné aux adultes et conçu pour accélérer la mobilité professionnelle et sociale. Sa méthode de « bilan de compétence augmenté » vise à aider chacun à choisir une voie professionnelle alignée avec ce qu'il est. Elle se compose de séances régulières avec un formateur choisi en fonction de la personnalité de chacun, et d'une centaine d'activités autonomes d'*auto-coaching*.

5 000+

personnes accompagnées depuis le lancement en 2020

25%

des personnes visées par les programmes Chance ont des revenus inférieurs à 1400€/mois



CHANCE
expérience

OPENCLASSROOMS

EDUCATION

GROWTH & EXPANSION

Rendre l'éducation accessible à tous, partout

BESOIN FONDAMENTAL

Education - En France, plus de 2,2 millions de personnes étaient au chômage en 2021 et 12% des élèves sortent du système éducatif sans qualification ou avec le brevet des collèges.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : rendre l'éducation accessible à tous, partout, et aider les gens à devenir ou à rester employables.

- ▶ **Rendre l'éducation accessible à tous :** Quelle est l'accessibilité des cours, notamment pour les personnes les moins qualifiées, les plus éloignées de l'emploi ? Dans quelle mesure l'entreprise facilite le financement de la formation par des tiers ? Combien de personnes ont obtenu un diplôme ? Combien de chômeurs et d'étudiants peu qualifiés parmi eux ?
- ▶ **Rendre les gens employables ou ré-employables :** Combien d'étudiants ont progressé dans leur emploi ou ont trouvé un emploi à l'issue du cursus ?



Solution innovante

Porté par sa mission de rendre l'éducation accessible à grande échelle, OpenClassrooms est devenu un des acteurs les plus importants dans le secteur de la formation professionnalisante en ligne. La société propose plus de 50 parcours de formation axés sur l'acquisition de compétences et assortis d'un mentorat individuel. Ces parcours mènent à des diplômes de niveau licence et master accrédités au niveau national, dans des domaines à forte demande tels que le développement web et mobile, l'UX design, la data science, le marketing digital ou l'ingénierie pédagogique.



81%

des 12,000 étudiants ayant suivi un parcours diplômant en 2021 ont été financés par un tiers

Plus de 300 000

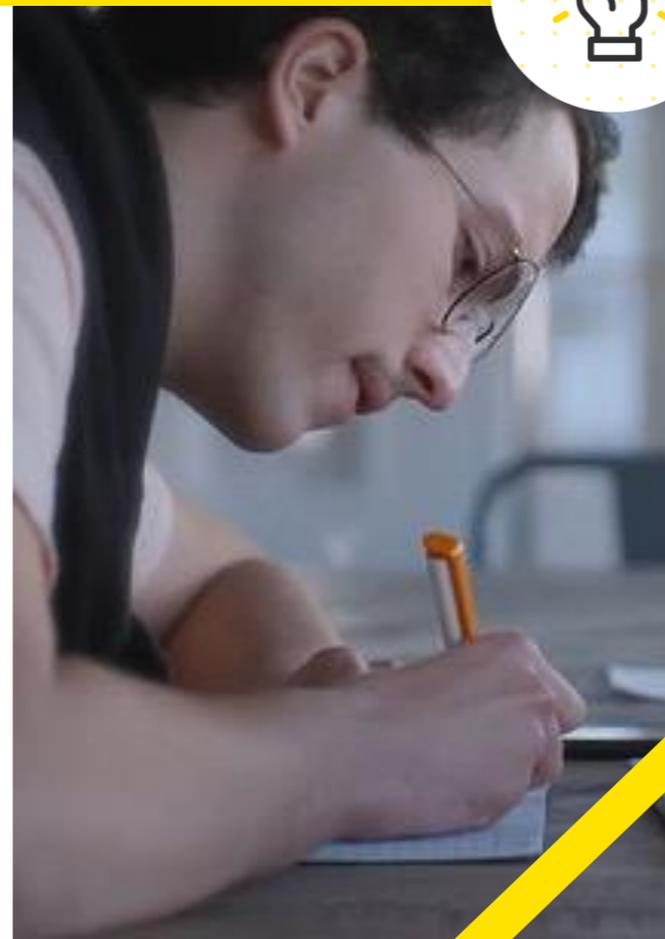
utilisateurs actifs sur les cours gratuits de la plateforme chaque mois

14 000+

« career outcomes » (personnes ayant trouvé un emploi ou évolué positivement dans l'emploi en 2021)

9 241

Personnes sans emploi ou sous-employés ont suivi une formation en 2021



Accompagner des projets à impact positif

BESOIN FONDAMENTAL

Renforcement de l'entrepreneuriat - En 2021, se sont créés 995 900 nouvelles entreprises et plus de 70 000 nouvelles associations. Pour les créateurs et porteurs de projets, qu'il s'agisse de citoyens, d'associations ou d'entreprises, un des premiers défis pour transformer leurs idées en réalité est souvent de trouver des premières sources de financement. Beaucoup de ces projets ont une dimension créative, solidaire ou locale.



Solution innovante

Ulule est une des plateformes européennes les plus importantes du financement participatif en don, ie sans contrepartie financière. Elle donne les moyens de développer leur idée à des milliers de porteurs de projets créatifs, locaux ou solidaires. Au-delà du financement, Ulule soutient les créateurs pour concrétiser leur idée, faire connaître le projet et le faire grandir en co-crédant avec leur communauté. Ulule a aussi développé des services de formation, ainsi qu'une place de marché de produits éthiques, Bien ou Bien.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : financer des causes sociétales, donner du pouvoir aux citoyens et partager la valeur économique créée.

- ▶ **Financer des causes sociétales** : Combien de projets à impact ont été financés ?
- ▶ **Donner du pouvoir aux citoyens** : Combien de personnes soutiennent des projets à impact ?
- ▶ **Partager la valeur économique créée** : Quel chiffre d'affaires provient des activités de financement participatif ?

3 800+

projets à impact financés en 2021

600 000+

personnes soutenant des projets à impact en 2021



Clever Connect

HR TECH

GROWTH & EXPANSION

Simplifier le recrutement et la recherche d'emploi

BESOIN FONDAMENTAL

Emploi - En France, plus de 2,2 millions de personnes étaient au chômage en 2021, dont plus de 700 000 depuis plus d'un an.

8,7

millions de candidatures sur le site Meteojob en 2021

53%

des candidats avec un niveau bac ou inférieur

Solution innovante

CleverConnect développe une suite de solutions pour simplifier le recrutement et la recherche d'emploi. L'entreprise édite l'une des plus importantes plateformes d'offres d'emploi en France (**Météojob**). CleverConnect développe également des logiciels pour les entreprises afin de simplifier leur processus de recrutement. CleverConnect couvre l'ensemble du processus de recrutement, et peut ainsi avoir un impact important sur les indicateurs clés du recrutement : productivité, vitesse, coût, qualité, équité et satisfaction des candidats.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : aider chacun à trouver le poste qui lui convient

- ▶ **Favoriser l'accès à l'emploi** : Combien d'offres d'emploi, de candidatures et de recrutements permis par la plateforme ? Quel est le niveau de qualification des personnes concernées ?
- ▶ **Améliorer l'employabilité** : quels outils pour aider les candidats dans leur orientation, la définition de leur projet professionnel, la pertinence de leur recherche ?



HR TECH

GROWTH & EXPANSION

Ouvrir le champ des possibles aux collaborateurs

BESOIN FONDAMENTAL

Satisfaction au travail – Alors que 72% des Français déclarent le travail comme élément clé de leur bonheur, plus de 60% s'ennuient dans leur travail soit en raison d'une perte de sens, d'un désintérêt de la part de la hiérarchie ou d'une absence de perspectives d'évolution.



37 000+

actions d'orientation professionnelle et de gestion de carrière (formations, missions, opportunités de postes...) réalisées via la plateforme en 2021

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : donner aux employés plus de pouvoir sur leur carrière au sein de leur entreprise.

- ▶ **Favoriser la mobilité interne** : Combien d'actions de développement de carrière ont été initiées sur la plateforme ? Combien de mobilités internes ont été déclenchées ?
- ▶ **Valoriser les compétences de tous les employés** : Combien d'employés ont accès à la plateforme pour mettre en avant leurs compétences ? Combien de recherches de compétences entre collaborateurs sur la plateforme ?
- ▶ **Préparer l'avenir des employés et des entreprises** : 365Talents mesure l'usage de la plateforme par les RH afin de comprendre les besoins de compétences futurs et d'anticiper les transformations



Solution innovante

365Talents est une plateforme d'expérience RH centrée sur les collaborateurs via laquelle les managers et les équipes RH peuvent détecter, évaluer et valoriser les compétences internes et les employés peuvent identifier les opportunités au sein de leur entreprise. Elle favorise la montée en compétences, leur mise à jour et les opportunités d'emploi pour faire évoluer la carrière des employés.

Supermood

HR TECH

EARLY-STAGE

Renforcer l'engagement des employés

BESOIN FONDAMENTAL

Epanouissement au travail - En France, 65% des employés se déclarent non engagés, et 50% des projets de transformation des entreprises échouent par manque d'adhésion des employés.



STRATEGIE D'IMPACT

Mission : accroître l'épanouissement des employés dans les entreprises.

- ▶ **Donner la parole à chaque employé** : Combien d'employés ont été interrogés ? Combien d'avis ont été exprimés ? Quel est le taux d'utilisateurs actifs ?
- ▶ **Accroître l'épanouissement de chaque employé** : Combien de décisions et d'actions ont été prises grâce à Supermood ?

262 000

employés ont exprimé leur avis grâce aux outils Supermood

+24 points

d'augmentation moyenne du score d'engagement des employés un an après la mise en place de la solution

Solution innovante

Supermood fournit en temps réel aux managers des informations sur les employés en dialoguant avec eux par le biais d'enquêtes simples et engageantes. Supermood aide ainsi les managers à prendre le pouls de leur organisation et à s'adapter aux besoins de leurs employés.



Mobiliser la société civile pour revitaliser la démocratie

BESOIN FONDAMENTAL

Engagement citoyen - En 2021, le taux d'abstention au second tour des élections régionales était supérieur à 65% en France.



Solution innovante

Make.org a créé une plateforme indépendante et non partisane dont l'objectif est de mobiliser les idées des citoyens afin de mettre en œuvre des actions pour transformer positivement la société. Make.org a développé une méthode de consultation massive capable de toucher des milliers ou millions de personnes et de recueillir leurs propositions, puis met en œuvre des actions concrètes avec des associations expertes.

1,2+
millions

de contributeurs en 2021

61

actions de terrain lancées en 2021 avec le support d'associations partenaires

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : créer de l'engagement citoyen autour de questions d'intérêt général et transformer cet engagement citoyen en actions.

- ▶ **Créer de l'engagement de citoyens autour de débats sur des sujets d'intérêt général** : Quel est le nombre annuel de contributeurs ? Quel est le nombre de causes donnant lieu à des propositions concrètes?
- ▶ **Transformer l'engagement citoyen en actions au service de la communauté** : Combien d'actions ont été proposées par Make.org ? Combien d'actions ont effectivement permis d'apporter des solutions nouvelles ?



**MAKE.
ORG**

Zoom sur quelques grandes actions de l'année 2021



Améliorer les conditions de vie dans les zones défavorisées

Lancement avec le soutien du Ministère de la Cohésion des territoires le 1er février 2021

Inégalités sociales et territoriales - En France, les 15 principales villes concentrent 40% de la population alors que ¼ de la population française est fortement touchée par les inégalités sociales et territoriales. Par exemple, la densité de médecins généralistes et de spécialistes varie de 1 à 8 entre les départements ruraux et les métropoles.

116 000

participants

5 200

propositions

850 000

votes



Agir maintenant et ensemble pour l'environnement

Lancement du plan d'action pour l'environnement lors du forum ChangeNOW le 27 mai 2021

Urgence climatique - Depuis 2006, les calottes glaciaires de l'Antarctique et du Groenland ont perdu plus de 430 milliards de tonnes de glace. En France, 350 000 colonies d'abeilles disparaissent chaque année. La surface de tous les plastiques dans le Pacifique représente plus de 3 fois la superficie de la France.

125

jeunes en service civique recrutés pour développer et protéger la biodiversité à travers des chantiers nature

**11**

zones prioritaires engagées dans des démarches participatives de préservation de la biodiversité

350

éco-délégués accompagnés pour initier des projets respectueux de l'environnement dans leurs établissements scolaires



Mettre fin aux violences faites aux femmes

Réunion de clôture avec les parties prenantes le 25 mars 2021

Violence à l'égard des femmes - Chaque jour, une femme meurt des suites de l'agression d'un partenaire (ou d'un ex-partenaire). Chaque heure, 9 femmes sont violées ou subissent une tentative de viol. 1 femme sur 5 est harcelée sexuellement au cours de sa vie professionnelle.

**60 000**

policiers formés pour apporter une aide de première urgence et un soutien aux femmes victimes de violences.

850 000

enfants de 4 à 6 ans sensibilisés aux stéréotypes de genre

1 700

femmes équipées pour échapper à la violence



Donner une chance à tous les jeunes

Réunion de synthèse en présence du ministre S. El Harir le 7 décembre 2021

Égalité des chances - Tandis que 3,2 millions d'élèves du primaire sont défavorisés en France, un élève issu d'une zone défavorisée réussit deux fois moins bien qu'un élève issu d'une zone favorisée.

**1 500**

parents accompagnés

176

nouveaux tuteurs actifs (19 000 au total)

200

jeunes élèves ont expérimenté des activités pédagogiques en binôme entre des classes d'horizons totalement différents

EDUCATION

EARLY-STAGE (exit)

Mettre fin à l'échec scolaire causé par la lecture

BESOIN FONDAMENTAL

Lecture - Plus de 1,3 million de jeunes âgés de 16 à 25 ans sont confrontés à de graves difficultés scolaires ou d'apprentissage.



STRATEGIE D'IMPACT

Mission : lutter contre l'échec scolaire en améliorant l'apprentissage de la lecture.

- ▶ **Accroître la maîtrise de la lecture** : quel est le nombre d'enfants utilisateurs ?
- ▶ **Accessibilité** : quel est le nombre de classes actives dans le secteur public en France, en zone défavorisée aux Etats-Unis ?

110 000*

classes actives dans le secteur public

+ 600,000

enfants actifs

* Donnée 2020, la société ayant été cédée en mars 2021



Solution innovante

Lalilo est une application d'apprentissage de la lecture destinée aux enseignants des écoles primaires et secondaires et à leurs élèves. Ce programme est utilisé en classe pour permettre aux élèves d'apprendre à lire à leur propre rythme et aux enseignants de gérer des classes nombreuses avec des disparités de niveau grandissantes. La solution a été utilisée par plus de 60% des classes publiques françaises (CP et CE1) lors du confinement de 2020.





TRANSFORMER

Agir pour basculer vers une économie régénérative, avec un impact net positif sur la planète.

- ▶ Climat
- ▶ Biodiversité
- ▶ Énergie
- ▶ Economie circulaire



CLIMAT

GROWTH & EXPANSION

Catalyser l'action climatique

BESOIN FONDAMENTAL

Fiabilisation des données d'impact carbone - Avec les accords de Paris et la prise de conscience de l'urgence climatique, le besoin de disposer de données fiables en matière d'impact carbone a explosé, avec des exigences accrues en matière de transparence et de crédibilité.



Solution innovante

SustainCERT propose la première plateforme de certification digitale permettant de réduire les délais, de diminuer les coûts et de supprimer les obstacles à la certification carbone. En utilisant la technologie pour simplifier la démarche, SustainCERT aide les porteurs de projets et les entreprises à quantifier et à vérifier l'impact carbone de leurs interventions avec précision. SustainCERT certifie les crédits carbone et les revendications des entreprises en conformité avec les principaux cadres internationaux tels que le Gold Standard for the Global Goals, le Greenhouse Gas Protocol et les Objectifs de Développement Durable.



STRATEGIE D'IMPACT

Mission : catalyser l'action climatique en développant des systèmes efficaces de vérification de l'impact carbone.

- Rendre les bonnes pratiques en matière de certification carbone abordables financièrement, accessibles et désirables : Combien de projets ont été évalués ? Combien de tonnes de CO₂eq ont été certifiées ? Combien de types de projets sont couverts par la technologie de vérification digitale ? Combien de parties prenantes sont formées aux meilleures pratiques via l'académie SustainCERT ?

399

projets (biogaz domestique, accès à l'eau, énergies renouvelables, etc.) évalués en 2021

35 MTCO₂e

certifiées en 2021

MARION VERLES

CEO  SUSTAINCERT



Quelle est votre vision pour l'avenir de la vérification de la durabilité ?

L'avenir de la vérification est digital. La climate tech est en plein essor avec de nombreux nouveaux acteurs qui arrivent sur le marché, la certification assistée par la technologie doit émerger.

La climate tech ne rend pas la vérification par un tiers inutile, bien au contraire. Pour que cette nouvelle génération d'acteurs du climat puisse prospérer et apporter une contribution tangible, nous avons besoin d'acteurs de la vérification de nouvelle génération qui peuvent s'interfacer digitalement via leur technologie et fournir la preuve que l'impact revendiqué est réel.

Comment SustainCERT peut-il jouer un rôle pour entrer dans cette nouvelle ère ?

SustainCERT développe la première plateforme logicielle au monde de vérification digitale sur les marchés du carbone et du reporting Scope 3. La digitalisation du reporting et de la vérification rendra les normes de certification plus accessibles et plus abordables, ce qui est essentiel pour accélérer les progrès réels vers nos objectifs climatiques collectifs. Il ne suffit plus de prétendre faire le bien, nous devons avoir la certitude que l'impact est réel.

“

L'avenir de la vérification est digital.

“

SustainCERT développe la première plateforme logicielle au monde de vérification digitale sur les marchés du carbone et du reporting Scope 3.

Pourquoi pensez-vous que la vérification est essentielle pour catalyser l'action climatique ?

Parce que la vérification apporte de la crédibilité à l'action climatique. Là où le greenwashing est un problème, les affirmations crédibles sont la solution. La vérification permet à ceux qui prennent des mesures concrètes d'être reconnus et encouragés à viser plus haut.

Nous avons coutume d'appeler cela une « course vers le sommet » et, de mon point de vue, c'est le seul moyen d'atteindre véritablement nos objectifs collectifs en matière de climat.

Comment vous assurez-vous qu'un objectif commun est partagé au sein d'une équipe aux parcours très variés et travaillant dans différentes zones géographiques ?

Chez SustainCERT, tout le monde est très attaché à notre mission, qui est d'apporter de la crédibilité à l'action climatique; c'est un élément clé dont nous nous assurons lors des processus d'entretiens. Nous sommes une équipe de personnes déterminées, talentueuses et intelligentes qui partagent la conviction que notre travail peut changer le monde. Cela crée une dynamique et une culture assez uniques.

Nous nous assurons également que l'équipe participe aux prises de décisions concernant la culture et les valeurs de l'entreprise. Par exemple, nous avons décidé collectivement d'être une entreprise qui favorise une culture psychologiquement sécurisante, où les gens peuvent être vulnérables et partager des idées, où nous reconnaissons que personne n'a toutes les réponses, où nous cultivons des relations de travail interfonctionnelles, où nous valorisons les individus plutôt que les titres et où nous sommes ouverts sur notre processus de prise de décision et sur les actions que nous entreprenons.

“

Là où le greenwashing est un problème, les affirmations crédibles sont la solution. La vérification permet à ceux qui prennent des mesures concrètes d'être reconnus et encouragés à viser plus haut. Nous avons coutume d'appeler cela une "course vers le sommet" et, de mon point de vue, c'est le seul moyen d'atteindre véritablement nos objectifs collectifs en matière de climat.

“

Nous veillons également à ce que l'équipe soit impliquée dans les prises de décisions concernant la culture et les valeurs de l'entreprise.

Comment les indicateurs d'impact vous aident-ils à prendre de meilleures décisions et à mieux gérer votre entreprise ? De quoi êtes-vous la plus fière en tant que CEO ?

Les indicateurs clés d'activité (Key Performance Indicators ou KPI) nous aident à concentrer nos efforts sur ce qui compte le plus. Chez SustainCERT, nous adoptons une approche intégrée où les KPIs d'impact, les KPIs business et les KPIs financiers font partie du même processus de reporting. Nos indicateurs d'impact et nos indicateurs business sont très proches. Notre principal indicateur est la quantité d'émissions de gaz à effet de serre que nous vérifions chaque année, et notre ambition est de passer des millions de tonnes aux gigatonnes.

Notre capacité à mettre les technologies digitales au service de la vérification d'impact est unique au monde et absolument nécessaire pour favoriser l'émergence d'une économie à impact. Je suis particulièrement fier des premiers succès que nous avons obtenus avec notre solution pour le Scope 3 dans le secteur de l'agriculture. 40% des émissions mondiales sont des émissions de Scope 3; il est désormais crucial que nous étendions massivement notre action jusqu'à ce que notre solution puisse couvrir 80% des émissions de Scope 3.

ENERGIE

GROWTH & EXPANSION

Contribuer à la transition vers les énergies renouvelables

BESOIN FONDAMENTAL

Transition énergétique – Alors que la part des énergies renouvelables représente 14% du mix énergétique primaire actuel de la France, selon tous les scénarios de l'Adème, la méthanisation agricole semble incontournable pour atteindre l'objectif de 33% d'énergies renouvelables en 2030.



Solution innovante

Le Groupe KEON est un pionnier de l'industrie du biogaz et un leader français de l'ingénierie, de l'approvisionnement et de la construction dans ce domaine. Le Groupe KEON propose des solutions qui s'articulent autour de 3 activités : l'investissement dans des projets de biométhane (Ter'Green), la construction de sites de biogaz (Naskeo) et la maintenance et l'exploitation de sites de biogaz (Sycomore).



STRATEGIE D'IMPACT

Mission : contribuer au développement de la valorisation des déchets agricoles en énergie renouvelable.

- ▶ **Développer l'économie circulaire et la filière de valorisation des déchets :** Quelle est la quantité de déchets valorisés chaque année ?
- ▶ **Participer à la transition vers les énergies renouvelables :** Combien de foyers sont alimentés en gaz renouvelable ?
- ▶ **Revitaliser les zones agricoles :** Quels revenus supplémentaires sont générés pour les agriculteurs ?

36 000+

Eq. foyers alimentés en gaz renouvelable pour 71,000 T GES évité

780 000+ T

de déchets revalorisés en énergie renouvelable en 2021

IMMOBILIER

GROWTH & EXPANSION

Accélérer la transition énergétique du secteur immobilier

BESOIN FONDAMENTAL

Transition énergétique du secteur immobilier - À l'échelle mondiale, l'immobilier génère 40% de la consommation d'énergie et est responsable de 38% des émissions de carbone dans l'atmosphère.



251,000 TCO₂e

d'économies d'énergie détectées

500+ Mm²

Supervisés en 2021

Solution innovante

Deepki est une plateforme de gestion et de suivi des données à la pointe de la technologie, conçue pour permettre aux acteurs de l'immobilier de mieux appréhender leurs performances ESG et pour les aider à collecter et à visualiser les données, à établir des plans d'investissement pour atteindre le Net Zero, à améliorer leur efficacité énergétique et à évaluer leurs résultats. La société propose également une gamme complète de services de conseil et d'accompagnement pour aider ses clients à élaborer et à suivre leur stratégie ESG.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : accélérer la transition environnementale du secteur de l'immobilier grâce aux données.

- ▶ **Sensibiliser le secteur et améliorer la compréhension des enjeux environnementaux :** Quelle surface immobilière est-elle supervisée par Deepki ? Combien de projets comprennent-ils des indicateurs de consommation d'énergie ?
- ▶ **Accompagner les acteurs de l'immobilier dans leur stratégie d'économie d'énergie :** Combien d'économies d'énergie cumulées ont été détectées ?



EXTRACTHIVE

ECONOMIE CIRCULAIRE

GROWTH & EXPANSION

Recycler les déchets industriels en nouveaux matériaux

BESOIN FONDAMENTAL

Revalorisation des déchets industriels - En France, les installations industrielles produisent 37% du total des déchets. L'industrie manufacturière en génère à elle seule la moitié, avec 19% du total des déchets.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : développer des procédés innovants dans le recyclage et la valorisation des déchets industriels.

- ▶ **Concevoir des procédés innovants de recyclage et de valorisation des déchets industriels :** Combien d'heures sont consacrées à la R&D chaque année ? En particulier, sur le recyclage de la fibre de carbone ?
- ▶ **Contribuer à la réduction de l'empreinte environnementale de l'industrie :** Quel est le volume de matière recyclée ?



4 900+

heures de R&D sur des solutions innovantes de recyclage (fibre de carbone) en 2021

950+ T

de matériaux recyclés en 2021

Solution innovante

Extractive produit des matières premières secondaires en recyclant les déchets industriels.

Extractive participe à de nombreux projets collaboratifs et innovants pour recycler des déchets industriels complexes comme la fibre de carbone des matériaux composites, les céramiques, les batteries lithium-ion, les effluents industriels contenant du lithium, et de nombreux autres.

Encourager des modes de consommation durables

BESOIN FONDAMENTAL

Consommation durable - Les smartphones, dont le nombre en circulation devrait atteindre 4,5 milliards d'unités, généreront 146 millions de tonnes d'émissions de CO₂ ou équivalent en 2022.



120 000+

smartphones d'occasion
vendus en 2021

7 000+ TCO₂e

économisées pour l'ensemble
des ventes par rapport à des
smartphones neufs en 2021

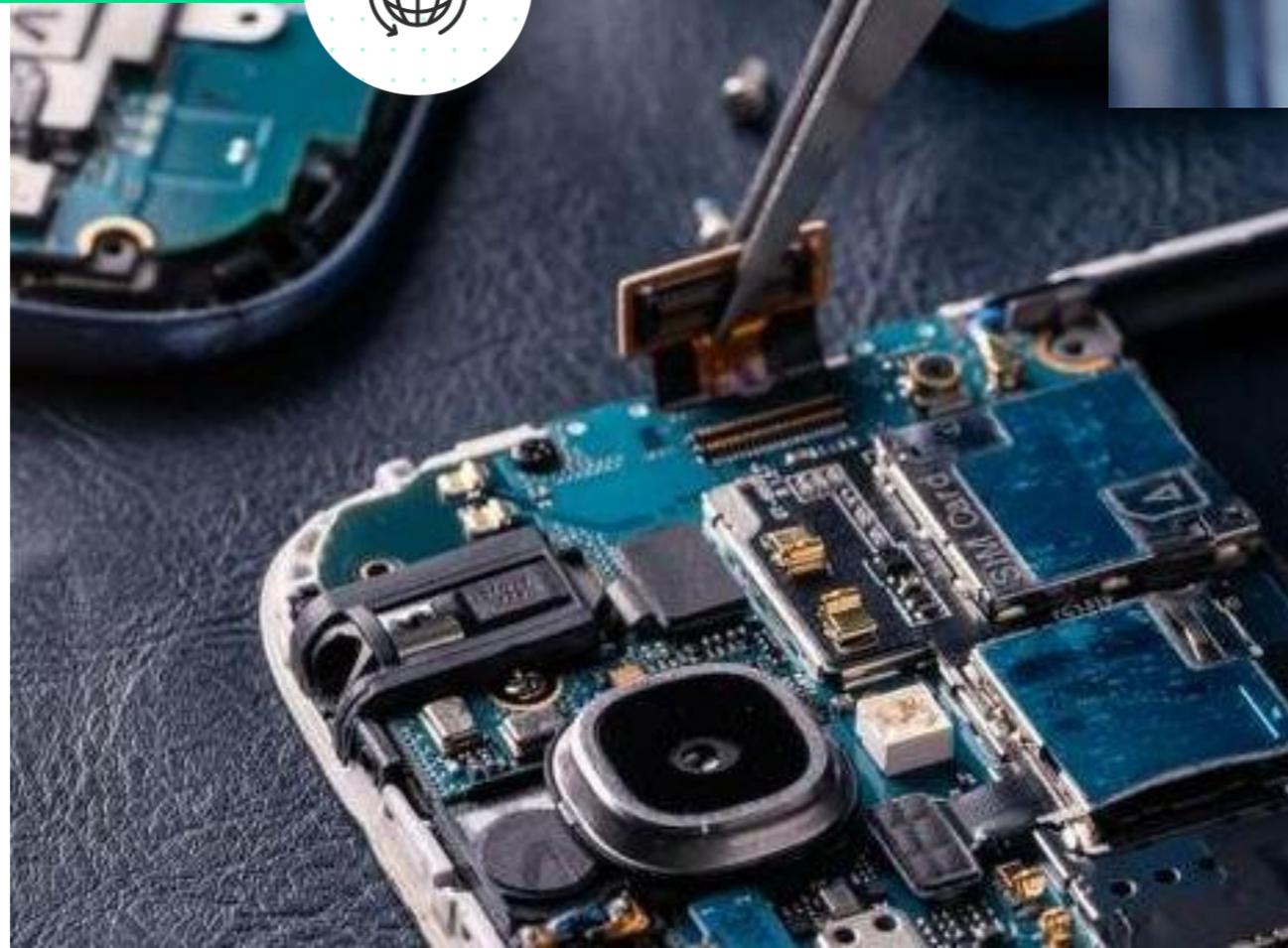
Solution innovante

CertiDeal est un expert en reconditionnement de smartphones. En prolongeant la durée de vie des appareils électroniques, l'objectif de CertiDeal est de minimiser à la fois l'empreinte environnementale et les dommages sociaux causés par la production.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission: encourager des modes de consommation plus durables.

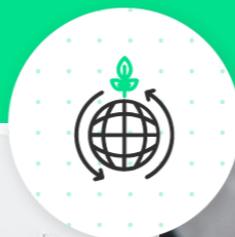
- ▶ **Développer l'usage des smartphones d'occasion :** Quel est le nombre de smartphones d'occasion vendus ? Quel est le volume des économies de carbone réalisées pour l'ensemble des ventes par rapport à des téléphones neufs ?



Progresser vers une conception durable dans la construction

BESOIN FONDAMENTAL

Bâtiments durables - 60 à 90% des émissions de CO₂ d'un bâtiment sont générées lors de sa construction.



Solution innovante

Kompozite aide les architectes et les ingénieurs en bâtiment à choisir les meilleures structures et les matériaux de construction les plus performants et ayant la plus faible empreinte carbone.

15,000

Base de données de produits comparables en termes d'empreinte carbone

STRATEGIE D'IMPACT

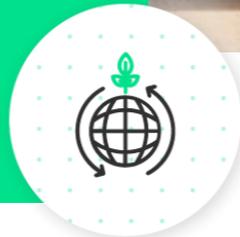
Mission : simplifier la transition vers une construction moins émettrice de carbone en plaçant l'empreinte carbone des matériaux au cœur des considérations de conception et des choix techniques.

- ▶ Kompozite a déjà constitué une base de données sur les matériaux de construction, comprenant à ce stade plus de 10 000 produits référencés et plus 500 000 données standardisées, y compris la donnée carbone.
- ▶ La plateforme ayant été lancée fin 2021, nous travaillons actuellement sur la mise en place d'objectifs et d'indicateurs d'impact.

Proposer du mobilier de maison local et durable

BESOIN FONDAMENTAL

Consommation locale - Plus de la moitié de l'empreinte carbone française est liée aux importations.



Solution innovante

Camif est un site e-commerce engagé, dédié au mobilier de maison local et durable. Camif a été la première entreprise française à expérimenter et à adopter le cadre juridique de la société à mission. L'entreprise est également connue pour son rôle de pionnier dans le boycott du mouvement Black Friday, qui a conduit 200 entreprises à le boycotter. En 2021, elle a annoncé qu'elle renonçait à vendre des produits pour la maison fabriqués en dehors de l'Union Européenne.

STRATEGIE D'IMPACT

Mission : proposer des produits et services pour la maison au bénéfice de l'Homme et de la planète tout en mobilisant son écosystème, en collaborant et en agissant pour inventer de nouveaux modèles de consommation, de production et d'organisation.

- ▶ Informer, sensibiliser et donner les moyens pour une consommation plus responsable
- ▶ Dynamiser l'emploi sur ses territoires et favoriser l'insertion
- ▶ Faire de l'économie circulaire son standard
- ▶ Proposer les meilleurs produits possibles pour la santé
- ▶ Transformer l'entreprise et participer à la réinvention de ses filières

0%

de produits importés de l'extérieur de l'Europe

60%

du catalogue a été passé en revue selon les principes de l'éco-conception



EMERY JACQUILLAT

CEO **camif**

La route a été longue depuis que la Camif a commencé à envisager de devenir une entreprise à « objet social étendu » en 2013. Y a-t-il une étape marquante dans ce cheminement vers la contribution sociale et environnementale que vous aimeriez évoquer ?

Lorsque nous recherchions des financements, personne ne comprenait la spécificité de notre démarche d'impact, qui était souvent considérée comme un risque. J'étais assez désespéré jusqu'à ce que je rencontre Laurence et Pierre-Olivier [nos fondateurs].

Nous avons passé une journée ensemble à Niort et à la fin de la journée, je savais que la Camif avait enfin trouvé le bon partenaire. L'entrée de Citizen Capital a eu un impact très positif. Avec un fonds à impact dans votre capital, vous devez rendre compte de votre impact.

Cela nous a permis d'aller beaucoup plus loin dans la formalisation de notre démarche et a été notre première étape pour devenir société à mission.

“

Notre mission nous aide à faire des choix au quotidien. [...] Toutes les actions mises en place grâce à notre mission nous ont permis de passer d'une boîte noire à une boîte transparente et c'est ce que nos clients valorisent lorsqu'ils achètent des produits chez nous.

Comment vos objectifs de mission vous aident-ils à gérer votre entreprise au quotidien ?

Notre mission nous aide à faire des choix au quotidien. Par exemple, pour atteindre notre troisième objectif de mission – faire de l'économie circulaire notre standard –, nous avons dû passer en revue les 20 000 références de notre catalogue. Aujourd'hui, 60% de notre offre a été revue selon les principes de l'éco-conception.

Ce changement a été clé pour la Camif puisque nous sommes passés du statut de distributeur à celui d'éditeur de meubles avec une gamme de produits exclusifs. Plus généralement, toutes les actions mises en place grâce à notre mission nous ont permis de passer d'une boîte noire à une boîte transparente et c'est ce que nos clients valorisent lorsqu'ils achètent des produits chez nous.

Avez-vous en tête quelque chose que vous avez fait en 2021 et que vous n'auriez pas fait sans être société à mission ?

En 2021, nous avons décidé d'abandonner la vente de produits d'exportation lointaine. Pour être en phase avec notre deuxième objectif de mission – dynamiser l'emploi en France et favoriser l'insertion – et notre troisième objectif – faire de l'économie circulaire notre standard –, nous n'avions pas d'autre choix que de renoncer à cette vente de produits extra-européens. Cette décision nous a fait perdre environ 2,3 millions d'euros de chiffre d'affaires.

C'est beaucoup, mais cela renforce notre positionnement et nos engagements. Grâce à ces décisions, entre autres, la Camif est devenue le site e-commerce préféré des Français. Je crois que les renoncements d'aujourd'hui sont les profits de demain.

Vous vous êtes rapprochés récemment de la MAIF. Quel rôle a joué votre mission dans ce rapprochement stratégique ?

Le rapprochement avec la MAIF n'aurait tout simplement jamais eu lieu si nous n'avions pas été sociétés à mission. C'est à travers nos objectifs respectifs de société à mission que nous nous sommes rapprochés. En effet, la Camif permet de matérialiser l'un des objectifs de la MAIF : nous sommes la preuve tangible de cet objectif.

Nous sommes complètement alignés sur le rôle que les entreprises peuvent jouer dans la société, et c'est ce qui nous rassemble et nous permettra de créer encore plus de valeur ensemble.

“

Dans 10 ans, si vous n'êtes pas capable de démontrer comment vous contribuez à la société, vous ne pourrez plus recruter de talents, vous aurez moins de clients et vos employés seront moins engagés.

Y a-t-il un message que vous aimeriez adresser aux entrepreneurs qui envisagent d'initier un travail sur la mission de leur entreprise ?

Allez-y, n'hésitez pas ! C'est un chemin passionnant, et même si cela peut prendre du temps, cela apporte une nouvelle vague d'énergie et renforce la finalité de votre entreprise. Il est urgent de passer à l'action. Les entreprises qui n'agiront pas dans ce sens seront bientôt écartées du marché. Dans 10 ans, si vous n'êtes pas en mesure de démontrer comment vous contribuez à la société, vous ne pourrez plus recruter de talents, vous aurez moins de clients et vos employés seront moins engagés. Les performances de l'entreprise en seront directement affectées.

Le lien entre impact et performance financière est déjà évident aujourd'hui et le sera encore plus dans les années à venir. Le cadre de la « société à mission » est le meilleur moyen de permettre à votre entreprise de devenir plus contributive.

Merci!

Permettre à chacun de vivre dignement et en bonne santé, donner à tous les moyens de développer leur plein potentiel, agir pour basculer vers une économie régénérative : nous sommes fiers de la mission des organisations que nous accompagnons, mais surtout des hommes et des femmes qui les portent au quotidien.

Merci à tous les entrepreneurs passionnés avec qui nous avons la chance de collaborer.

Merci à tous les investisseurs qui nous ont fait confiance, et qui continuent à nous soutenir jour après jour.

Merci à tous nos conseils avisés, à nos amis et collègues investisseurs, ainsi qu'à nos partenaires.

Merci à toute l'équipe Citizen Capital pour son engagement, sa motivation, sa capacité à refaire le monde.

Et un merci tout particulier à Adrien, Ana et Arnaud pour leur précieuse contribution à la rédaction de ce rapport.

Sans vous, accomplir notre mission nous serait impossible. Nous avons hâte de continuer à développer notre impact à vos côtés.

Une question ou un commentaire ? N'hésitez pas à nous contacter à contact@citizencapital.fr

La vue depuis notre fenêtre

