

C'est qui le patron – On The Way (FR)

Phrase d'intro : [00:11:20:06 – 00:11:35:18]

C'est assez merveilleux de se dire qu'on a un pouvoir par nos actes d'achat : c'est de changer le monde 100 fois plus vite et mécaniquement, sans efforts particuliers, à partir d'achats de produits qui eux-mêmes ont des influences et des conséquences positives sur l'environnement, le bien-être animal, la rémunération du producteur...

00:00:21:18 - 00:00:44:21

BNP Paribas Personal Finance vous invite à découvrir On the Way, le podcast qui explore les chemins de la consommation responsable. Entrepreneurs, acteurs du monde de l'entreprise ou chercheurs, On The Way donne la parole à ceux qui agissent jour après jour pour construire une consommation plus durable. Bienvenue et bonne écoute !

00:00:44:23 - 00:01:02:02

Bonjour On the Way! Je suis Nicolas Chabanne, fondateur de C'est qui le patron. Moi, je suis du sud de la France, j'habite toujours au pied du Mont Ventoux. Je rappelle ces racines parce que tout est parti de là. En fait, à l'école, à côté de moi, des copains fils de producteurs de fraises, il y a beaucoup de fraises à Carpentras.

00:01:02:04 - 00:01:21:17

Et puis cette idée qu'il fallait absolument que ces gens qui bossaient beaucoup, puissent se nourrir. Ça semblait tellement évident. Je voyais mes copains bosser le week-end, pendant les vacances. Je voyais des parents qui, en nourrissant les autres, avaient parfois du mal à s'en sortir et je trouvais ça très injuste. C'est comme ça que je suis entré d'abord dans une confrérie : la confrérie de la fraise de Carpentras.

00:01:21:19 - 00:01:42:16

Et puis il y avait besoin d'un communicant, quelqu'un qui pourrait peut-être expliquer aux autres la nécessité de protéger les producteurs pour avoir des bons produits, équitables, durables. Et voilà comment il y a eu, après la Confrérie de la fraise, le Petit Producteur. L'idée, c'était de mettre la photo du producteur sur les produits en échange de 30 % de rémunération en plus, le producteur signait le produit.

00:01:42:21 - 00:01:57:04

Quand il y a ma photo et le nom de mon père, généralement, c'est que je mets des bons produits. Donc il y avait une espèce d'échange : contre de la qualité, il y avait une meilleure rémunération. Ça a débuté comme ça. Puis après, je voyais des fraises, des abricots, des pêches merveilleuses jetées parce qu'il y avait des petits défauts d'aspect.

00:01:57:09 - 00:02:13:09

Je trouvais ça tellement dommage. C'est comme ça que sont nées les Gueules Cassées. Et puis après, ça a pris une ampleur internationale, Les Gueules Cassées, suite à un article du New York Times. Le ministère en France a repéré l'initiative et petit à petit, s'est approché de nous en disant : "Mais comment on pourrait faire pour aider d'autres producteurs ?" et donc du Petit Producteur aux Gueules Cassées on est arrivés naturellement à cette aventure.

00:02:13:11 - 00:02:40:15

J'ai initié la première étincelle de cette aventure qui s'appelle C'est qui le patron, mais j'essaie toujours de dire qu'il faut vite oublier ce moment parce qu'il y a maintenant 15 millions de gens qui achètent, créent les produits, vérifient... Et je suis devenu un initiateur de départ maintenant, qui accompagne, comme des millions d'autres, cette belle aventure faite pour protéger les producteurs, des gens qui nous nourrissent, qui méritent une protection de tous les jours.

00:02:40:17 - 00:02:59:09

Je vois la brique de lait juste à côté de moi, mais cette brique de lait, elle est née en 2016 à la suite d'une conversation avec un conseiller d'un ministre. Il y avait une présentation à l'ONU des Gueules Cassées et le conseiller du ministre me dit : il y a un énorme problème avec les producteurs de lait, ils ne vivent pas de leur métier.

00:02:59:10 - 00:03:23:02

Ils gagnent 300 euros pour la plupart en travaillant sept jours sur sept. C'était tellement dingue qu'ils ne puissent pas s'en sortir eux-mêmes. J'ai demandé combien il manque sur un litre de lait pour qu'il retrouve le sourire. 8 centimes. 8 centimes ? Et combien on consomme de litres par an et par habitant ? 50 litres. C'est là où je me suis dit, 4 euros par an pour que les producteurs gagnent leur vie ?

00:03:23:05 - 00:03:39:00

J'ai imaginé que je n'étais pas le seul à vouloir les mettre et changer la donne, et c'est comme ça qu'après avoir demandé à toutes les grandes marques de le faire, et que les grandes marques ont dit non, eh bien on a décidé de faire notre propre marque de consommateurs et ce lait est arrivé dans les rayons en octobre 2016.

00:03:39:02 - 00:04:13:00

Elle est née donc de cette discussion où on découvre qu'il faut très peu par litre pour que le producteur s'en sorte. Et on se dit on va faire notre brique de lait. Mais puisqu'on ne voulait pas que ce soit décrété par du marketing, un choix comme ça de quelques-uns qui l'auraient fait pour tous ; Laurent Pasquier, qui était présent à cette époque-là, les premiers consommateurs - on a toujours été un groupe de consommateurs. Il faut dire qu'on est une coopérative de consommateurs. La patronne, c'est une COP. - Tout le monde s'est dit "On va poser la question à tout le monde. On va voir si le bon sens collectif ne peut pas écrire un cahier des charges."

00:04:13:14 - 00:04:31:07

Ça a du sens qu'on se demande et qu'on réponde aux questions, puisqu'au final, c'est nous qui allons l'acheter. Et voilà comment est né un questionnaire avec huit questions. Est-ce qu'on laisse le prix payé au producteur au cours mondial ? La très bonne idée de Laurent Pasquier c'a été de positionner le prix, je me rappelle, il y avait 0,69€ sur le questionnaire.

00:04:31:09 - 00:04:49:16

Si tu répondais "oui", on laisse au cours mondial. Il y avait marqué un point important "le producteur ne vit pas, mais le prix ne bouge pas." Est ce qu'on rajoute 4 centimes ? C'était pour payer les charges. Est ce qu'on met les 8 centimes ? Bah oui, ok.
À chaque fois, la réponse venait s'indexer dans le prix.

00:04:49:18 - 00:05:14:08

On a même rajouté 2 centimes pour qu'ils aient des vacances. Puis on s'est dit on ne s'arrête pas là. Est ce qu'on n'enlèverait pas les OGM de l'alimentation animale ? 5 centimes ? Oui, OK. 1 centime pour des fourrages locaux. 1 à 3 mois de pâturage ? 2 centimes. Trois à six mois ? 4 centimes. On a repris finalement la main, non pas sur un produit une fois en rayon dont on ne sait pas grand-chose et que la publicité nous amène peut-être à prendre ou pas,

00:05:14:11 - 00:05:33:05

on a écrit l'histoire qu'on n'avait plus besoin de nous raconter puisqu'on la connaissait. Ce qui, je crois, a rassuré beaucoup de gens puisque ces réponses-là, quand vous les refaites aujourd'hui, le questionnaire en ligne, vous allez vous retrouver pas loin de la réponse finale qu'on a eu tous et qui est bien au-delà de l'expertise, du marketing : créer des choses simples. Voilà comment la brique de lait arrivait à 99 centimes.

00:05:33:05 - 00:05:48:12

Mais ce n'était pas un acte marketing, c'était vraiment le résultat des votes. Et là, la magie absolue, on ne peut même pas l'expliquer. On rêvait de 5 à 7 millions de litres par an pour aider les premiers producteurs. À la fin du premier mois, 1 million de litres ; à la fin de la première année, 33 millions de litres ; deuxième année, 66 millions de litres.

00:05:48:12 - 00:06:13:09

Pas de pub à la télé, pas de commerciaux dans les magasins, juste cette espèce de mobilisation presque émotionnelle de tous en train de se dire "mais attends, je rajoute 4 euros par an, 30 centimes par mois et je change tout un pan du monde mécaniquement par mon acte d'achat."

VIRGULE SONORE

Une fois que le cahier des charges a été déterminé, on avait l'histoire qui nous rassurait : pas d'OGM, alimentation française, le lait était bon, les producteurs heureux. Bon, ok, 99 centimes.

00:06:13:11 - 00:06:35:04

Là, on s'est tourné vers Carrefour qui était partenaire de nos aventures avec notamment Les Gueules cassées. Et je me rappelais hier cette première rencontre avec Bertrand Swiderski, Jérôme Bédier à l'époque, et je cite le nom de Jérôme Bédier parce que vous allez voir après, c'est incroyable ce qui se passe - Et je leur dis "écoutez, on a les Gueules Cassées. Nous, on est vos consommateurs, on est vos clients. S'il vous plaît, ne me parlez pas comme à un fournisseur. 0,08 € de plus, il faut la faire cette brique. Aidez-nous !"

00:06:35:06 - 00:06:52:21

Et toute l'équipe de Carrefour s'est mobilisée. Il y a eu 5500 magasins en un mois.

00:06:52:22 - 00:07:10:16

Ils m'ont dit même pour nos marques distributeurs, on n'arrive pas à ça. Mais parce que les gens étaient sensibles à cette phrase qui est venue comme ça, signaler le message "ce lait rémunère au juste prix son producteur". Une marque de consommateurs, pas d'actionnaires. On était dans quelque chose de différent et ça a mobilisé tout le monde. Et voilà comment, en rayon, est arrivé cette brique.

00:07:10:16 - 00:07:28:17

Alors, si je vous ai parlé de Jérôme Bédier, c'est parce qu'à l'époque, j'avais ressenti qu'il était dans autre chose qu'une décision de patron de Carrefour. Il y avait quelque chose d'assez humain et je m'étais mis ça dans un coin de l'esprit. On nous avait demandé dès la première année à être sociétaires de la coopérative. On peut imaginer que c'était peut-être pour nous faire plaisir.

00:07:28:20 - 00:07:50:03

Mais non. Trois ans après, il y a une réunion qu'on fait régulièrement. Et à la fin, quelques questions. Trois prénoms : Sylvie, Thierry et Jérôme. Je donne la parole à Jérôme, le sociétaire qui était en dernière position pour poser une question. Je reconnais la voix de Jérôme Bédier.

00:07:50:05 - 00:08:16:10

Je lui dit "vous êtes Jérôme Bédier, l'ancien patron de Carrefour ?" Il me dit "oui, oui" et il était dans la réunion en train de donner son avis, comme nous tous. Et là, je me suis dit qu'il y avait quelque chose de fort qui s'était passé.

VIRGULE SONORE

Au même moment, comme dans un film écrit comme la vie seule, à mon avis, sait écrire ces destins-là.

00:08:16:11 - 00:08:38:04

Il y a 80 familles de producteurs dans l'Ain, près de Mâcon, en immense difficulté, représentées par Martial Darbon. Il leur reste deux mois à vivre économiquement. Les exploitations vont s'arrêter. Ils étaient payés 20 centimes du litre, il perdait 170 euros tous les jours en faisant fonctionner la machine à traire.

00:08:38:06 - 00:08:58:08

Martial savait qu'à la fin de sa journée, qui démarre par une traite à 6h, une deuxième traite à 18h, donc un petit 6h-20h la semaine entière sans repos. 170 euros, 170 euros... en nourrissant les autres. Et donc c'était tellement triste qu'ils ont cherché en urgence une solution. Ils sont allés dans un magasin, ils ont amené des tracts en disant "C'est notre dernière chance de trouver une solution."

00:08:58:09 - 00:09:18:14

Et il y a une dame à l'accueil du magasin qui a pris ce tract et qui, au lieu de le jeter comme bien souvent, s'est dit ce n'est pas possible, ce sont des gens qui sont d'ailleurs clients du magasin, proches de chez nous. Elle est allée elle-même amener ça au directeur. Le directeur

a pris le tract. Le tract est remonté à la direction régionale de Carrefour, puis tout en haut, jusqu'à Jérôme Bédier et Bertrand Swiderski.

00:09:18:15 - 00:09:40:15

Et c'est là où l'acheteur de l'époque, M. Delage, a connecté les deux. Le projet des consommateurs voulant aider les producteurs de lait et ces producteurs-là qui, mon Dieu, ont vu leur vie changer.

00:09:40:15 - 00:10:05:10

Donc c'était un bonheur extraordinaire pour nous, consommateurs, d'avoir pu, avec l'aide d'ailleurs des distributeurs, des partenaires et d'une laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel qui a pris le lait, qui l'a collecté... Il y a eu vraiment une belle histoire qui s'est écrit dans une espèce d'étonnante facilité. Il y a le destin qui aide un peu.

00:10:05:15 - 00:10:29:01

Et ça a permis de sauver 80 premières familles qui, sans ça et de leur avis, ne seraient plus là.

VIRGULE SONORE

Cette brique bleue est devenue le lait le plus vendu de France, ce qui est inimaginable quand on ne compte pas de pubs à la télé, pas de commerciaux dans les magasins. Des consommateurs créent un lait solidaire, qui n'est pas le moins cher, et il devient numéro un des ventes devant tous les autres laits.

00:10:29:06 - 00:10:46:14

Mais quand vous devenez numéro un des ventes, vous envoyez un signal clair à toutes les autres marques. Regardez le cahier des charges et notamment la rémunération des producteurs. C'est peut-être un argument aussi qui aide à vendre le produit. Et donc tous les autres laits ont commencé à remonter le prix.

00:10:46:14 - 00:11:20:04

Il n'y a plus de gens payés au prix de 2016 ou équivalent. Aujourd'hui, en ayant créé cette brique de lait, nous, les consommateurs, qui est devenue la première et la plus vendue de France, ça a mécaniquement, puisque c'était la rémunération la plus haute pour les producteurs, tiré toutes les autres rémunérations des autres laiteries vers le haut. Quand vous achetez cette brique de lait, au-delà du producteur, mécaniquement, vous envoyez une impulsion avec cet argent qui n'est pas facile à gagner, qui fait qu'il y a une cascade de choses qu'on mesure et qu'on maîtrise sur les retombées environnementales, le bien-être animal.

00:11:20:06 - 00:12:04:17

C'est assez merveilleux de se dire qu'on a un pouvoir par nos actes d'achat : c'est de changer le monde 100 fois plus vite et mécaniquement, sans efforts particuliers, à partir d'achats de produits qui eux-mêmes ont des influences et des conséquences positives sur l'environnement, le bien-être animal, la rémunération du producteur...

Donc, il faut arriver à les identifier. Et en réalité, on s'est rendu compte d'une chose, c'est que cette brique de lait, quand vous connaissez bien son histoire, quand vous savez que vous pouvez aller vérifier chaque point du cahier des charges, aller voir la manufacture de lait, aller

voir les yeux dans les yeux le producteur - on fait des visites toute l'année. Les consommateurs sociétaires, pas l'équipe. Tout le monde peut venir et on invite tout le monde à le faire. - Quand vous avez cette garantie là, vous avez envie d'acheter. La grande question finale pour nous tous, c'est la transparence. C'est à dire qu'aujourd'hui vous allez dans un magasin,

00:12:04:22 - 00:12:28:18

Combien de produits vous garantissent qu'en l'achetant vous pouvez tracer chaque centime ? Vous êtes sûr que votre argent sert à quelque chose de bien, que les conséquences derrière ne sont pas en train de faire plutôt du mal à l'environnement que du bien ? Combien de produits nous offrent cette garantie-là ? La réponse : zéro. Les fabricants n'ont peut-être pas suffisamment compris que ce n'est pas une contrainte.

00:12:28:18 - 00:12:46:07

Ce n'est pas intrusif. Montrez-nous un autre produit que C'est qui le patron qui vraiment réparti de la valeur, aide les producteurs, protège l'environnement. On ira massivement l'acheter, donc il y aura un succès - on le vit - qui fera que cette entreprise un peu plus transparente aura bien fait de le faire et n'y perdra pas. Voilà, donc c'est notre message.

00:12:46:07 - 00:13:06:14

On ne veut pas rester, nous, un succès. On ne veut pas être le Coca-Cola du lait ou de l'agroalimentaire. On laisse les choses se faire à partir de notre bon sens collectif, notre bienveillance, et ça permet de faire de belles aventures et que les autres s'en inspirent.

00:13:06:15 - 00:13:36:11

Encore une fois c'est un consommateur qui s'exprime, mais pas un chef d'entreprise qui voudrait essayer d'être le seul en face d'un succès. On n'est plus dans un temps où le succès peut se rêver en étant unique contre les autres. L'équité a un avantage, c'est qu'elle s'additionne à l'équité : une démarche équitable s'additionne à une autre démarche équitable. Il n'y a pas de concurrence entre deux démarches vertueuses.

VIRGULE SONORE

00:13:36:13 - 00:14:13:15

Alors, comment on peut, si on a envie d'aider une aventure comme celle-là, se mobiliser ? Alors il y a déjà le fait d'acheter des produits parce que ça, c'est la clé de tout. Ensuite, si vous avez la possibilité de le faire, vous pouvez devenir sociétaire de la coopérative. Il y a 15 millions d'acheteurs, mais il y a 13 000 sociétaires ambassadeurs qui sont un peu comme ça, co-initiateurs au quotidien du succès et qui vont dans les magasins, qui interpellent les chefs de rayon, qui font des animations. Les magasins n'avaient jamais vu ça. Des animations où il y a le producteur de lait avec le client qui est une dame que le directeur voit une fois par mois dans son magasin.

00:14:13:17 - 00:14:38 :01

On voit bien quelque chose de fort qui se passe. Et donc là, en étant sociétaire, on prend part à des votes réguliers, tout se décide collectivement. Après on peut participer à des ateliers beaucoup plus directs, à être sur une réunion où on décide des conditions qu'on peut présenter à un producteur pour être sûr que sa vie s'améliore, qu'il n'est pas sous pression.

00:14:38:03 - 00:14:58:14

C'est merveilleux de vivre au quotidien, quel que soit le niveau dans la démarche, d'être une petite pierre de cet édifice assez spontané, mais qui aujourd'hui est même vu au niveau international comme quelque chose qui est assez incroyable. Il y eu encore des articles, The Guardian récemment, ils n'en reviennent pas dans les autres pays qu'en France des consommateurs aient pu faire ça.

00:14:58:16 - 00:15:20:18

Et quand tu es sociétaire, tu fais une chose très importante, tu es un consommateur sociétaire. Tu vas toi-même vérifier que chaque point du cahier des charges est une réalité. Il y a le Bureau Veritas qui est un organisme officiel qui le fait avec d'autres moyens. Mais ce qu'on aime, c'est que comme les inscriptions, c'est : "on part demain à Dijon, dans telle usine, qui fabrique tel produit. Qui veut venir ?"

00:15:20:20 - 00:15:36:03

Et si je viens et que je me rends compte que finalement, C'est qui le patron c'est un peu bizarre, c'est pas comme j'imaginai, j'ai les réseaux sociaux pour le dénoncer instantanément.

00:15:36:08 - 00:15:56:13

Donc cette perméabilité totale, elle a fait le succès de l'histoire parce que tu te dis ok, là j'amène de l'argent, mais je sais que si ce n'est pas moi, il y a des gens comme moi qui sont à l'intérieur, qui regardent et qui contrôlent.

C'est une belle histoire avec Michel-Edouard Leclerc qui a tenu lui avant de mettre tous les produits en rayon, à comprendre si c'était vraiment l'aventure qu'on racontait.

00:15:56:15 - 00:16:24:21

Et donc il m'a dit un jour ne dites rien, je vais venir moi un matin, dans une visite sociétaire. Et il est venu. Personne ne savait qu'il venait et il a pu poser des questions. Vous êtes vraiment des vrais consommateurs ? Vous n'êtes pas un panel ? Vous ne vous connaissez pas avec Nicolas Chabanne ? Non, non. Quand il s'est rendu compte que c'était ça, il s'est dit OK, bon, c'est une vraie aventure de consommateur et c'est comme ça qu'après, il a accéléré le fait que ça arrive dans tous les magasins Leclerc.

00:16:24:21 - 00:16:41:13

Aujourd'hui, la question la plus posée malgré l'immense succès de la démarche : où on peut trouver les produits ? Parce que ce qui est fou, même s'il y a 100 millions de produits vendus par an, il n'y a pas tous les magasins qui ont encore ces produits. Parce que comme on n'a pas de force de vente, il y a ceux qui sont sensibles à ces attentes de consommateurs et qui amènent les produits en rayon.

00:16:41:13 - 00:16:55:08

Mais il y a beaucoup de gens qui ne connaissent pas. Tous les magasins ne le font pas. Mais là, on a une âme géniale, toute simple et bienveillante : c'est une appli. Vous la téléchargez, vous cliquez sur le magasin. Il y a un message qui arrive, tout est créé : "Bonjour, je suis cliente de votre magasin. J'aimerais voir ces produits arriver. Ça aide les producteurs. Moi je les achèterai. Puis je signalerai aux autres qu'ils sont là."

00:16:55:08 - 00:17:53:01

J'appuie en une seconde et après on a fait un chemin pour que le directeur du magasin reçoive le message. Donc c'est des outils qu'on utilise tous les jours pour essayer d'aider un maximum de familles. Il y avait 1 300 000 familles de producteurs en France en 1950. Il en reste 395 000. Il y en a, en 10 ans, 100 000 qui ont disparu. Il y a 27 fermes par jour qui mettent la clé sous la porte, 200 par semaine.

VIRGULE SONORE

Il y a eu beaucoup d'articles à l'étranger qui ont parlé de cette espèce de petit ovni en France, une marque de consommateurs qui aide les producteurs. Et puis il y a des consommateurs dans huit pays qui ont voulu reproduire l'initiative qui, avec la même envie, à partir de la même mobilisation, ont créé des produits qui ne sont pas forcément le lait.

00:17:53:07 - 00:18:20:05

C'est des produits différents et c'est impressionnant parce que ça montre à quel point cette envie, en tant que citoyen consommateurs, de se dire le destin m'échappe un peu, c'est d'autres qui tiennent le volant. Mais je me rappelle quand même une chose, c'est que j'ai dans la poche en début d'année tout l'argent du monde économique. C'est à dire que le 1^{er} janvier, quand on démarre notre journée, on a tous ensemble les 1 000 600 milliards d'euros qui vont être dépensés tout au long de l'année.

00:18:20:07 - 00:18:38:01

Si on ne se rassemble pas, on butine en fonction de la pub et du marketing. Mais si à un moment donné, dans un monde un peu rêvé, on rassemblait cet argent en disant OK, on l'amène au produit et aux entreprises qui paient bien leurs salariés, qui font attention à l'environnement... Mécaniquement, le monde irait mieux. Donc on a la solution parce qu'elle est dans nos poches.

00:18:38:01 - 00:18:54:00

Il faut se rassembler, se parler et coordonner des actions de ce type qui, à grande échelle, peuvent changer vraiment, vraiment les choses. Mais ce qui serait merveilleux, et ça irait plus vite, c'est que beaucoup de gens s'en inspirent. C'est très impressionnant de voir qu'au bout de sept ans, il n'y a pas un deuxième C'est qui le patron.

00:18:54:06 - 00:19:25:05

Il devrait y en avoir dans tous les secteurs d'activité. Vous vous rendez compte, ça marche. Donc on voit bien que c'est le logiciel qui, finalement, n'arrive pas à accueillir cette idée que des consommateurs pourraient avoir un peu leur mot à dire en amont de l'arrivée d'un produit. Donc, il y a des petites angoisses à éteindre. Quand tu es expert marketing dans ton secteur, t'as beaucoup de mal à te dire que des consommateurs qui vont répondre à une question peut-être auront une réponse pertinente alors que toi tu es normalement celui qui devrait savoir à la place des autres.

00:19:25:09 - 00:19:43:15

Il y a des petits freins comme ça qui vont lâcher parce que de toute manière, il y a urgence. J'ai la faiblesse de penser qu'on a plutôt envie d'un destin rassurant, avec un partage de valeur un peu différent de l'assurance que des produits ne nous esquivent pas niveau de notre santé, au niveau de l'environnement ou au niveau des producteurs.

00:19:43:17 - 00:20:07:12

Je crois que tout le monde est assez d'accord avec ça. Donc c'est une question de temps. Il faut que les gens se rendent compte, qu'on se rende tous compte qu'on a un pouvoir absolu par nos actes d'achat. Et là, il y a une magie, on en a parlé, qui dépasse le cadre rationnel. C'est que même quand on se dit ça, c'est dur d'expliquer 100 millions de produits alors que vous n'avez pas d'organisation, de stratégie, de business plan.

00:20:07:16 - 00:20:28:03

On n'avait pas tout ça nous. Et en fait, il y a la fameuse murmuration qui est un point d'explication.

00:20:28:05 - 00:20:53:01

Alors, qu'est-ce que c'est la murmuration ? Je ne savais pas ce que c'était. Par exemple, les immenses vols d'étourneaux qui tournoient dans le ciel par milliers là, avec une espèce de volute parfaite. Et donc les scientifiques ont prouvé qu'il n'y avait pas un oiseau leader qui mettait une impulsion pour le groupe. Il y avait à ce moment-là une intelligence collective qui s'empare du groupe et qui lui fait faire, cette intelligence collective, ce qu'aucun individu n'aurait pu faire à ce groupe tout entier.

00:20:53:06 - 00:21:13:24

Donc est-ce qu'il n'y a pas un peu de ça dans C'est qui le patron ? Une part d'irrationnel qui s'empare de l'histoire et une espèce de supplément d'âme, de magie qui fait que quand vous poussez à votre niveau une aventure comme celle-là, la force qui se déploie n'est même pas organisable par une entreprise ou une structure qui aurait voulu la réfléchir et l'encadrer.

00:21:14:01 - 00:21:40:04

Mais j'adore l'idée qui s'est emparée de C'est qui le patron et de son développement, qui est la suivante : on ira 100 fois plus vite pour changer positivement les choses et le monde en ayant une influence et en essayant d'inspirer d'autres entreprises qu'en attendant qu'on fasse à notre échelle.

00:21:40:04 - 00:21:59:20

Et c'est vrai. Et donc voilà comment nous, on s'est rendu complètement perméables. On répond à toutes les demandes. Il y a plus de 100 marques qui sont venues nous voir en disant mais comment vous faites ? Mon Dieu, on aimerait s'en inspirer.

00:21:59:22 - 00:22:18:16

Donc ce n'est pas une fierté. On est toujours tout seul et c'est merveilleux. Non. C'est un problème.

00:22:18:16 - 00:22:41:08

Il faudrait que bien d'autres entreprises s'emparent de cette approche.

00:22:41:10 - 00:23:00:09

Un entrepreneur qui dirait demain je monte une aventure ou je considère qu'à la fin de l'année, fort de cette énergie qu'on m'aura ramenée en tant que consommateur, je reprends 50 % de mes bénéfices et je les renvoie dans un système où les consommateurs, via la COP, vont réinvestir ailleurs.

00:23:00:15 - 00:23:28:17

Mais il ne sera jamais perdant. Si on avait été, nous des entrepreneurs traditionnels et qu'on avait expliqué à tout le monde qu'on faisait une nouvelle marque de lait, on vendrait 2 millions de litres de lait par an. Parce qu'on a fait quelque chose de beaucoup plus collectif on en vend 100. Donc, l'entrepreneur qui viendrait s'inspirer de cette démarche en disant même si ce n'est pas 100 % comme on le fait de redistribution, 50 %, bah les consommateurs, naturellement, iraient plutôt acheter ce produit dont une partie de l'argent revient dans un cercle vertueux aider le reste du monde.

00:23:28:17 - 00:23:55:19

Donc j'ai du mal à comprendre parce que ça n'est que positif, même pour les entrepreneurs. Pourquoi ils ne s'inspirent pas plus d'un modèle comme celui-là que le modèle d'un avenir différent ? Comment voulez-vous que le monde soit plus en forme qu'il n'est aujourd'hui ? Si, à un moment donné, il n'y a pas deux choses qui s'activent, nous, ceux qui consomment, qui relevons la tête et qui utilisent un trésor bien plus grand que les millions d'euros, qui commencent à devenir difficile aussi à trouver, même au plan international ;

00:23:55:21 - 00:24:12:10

Il y a un trésor plus grand que l'argent, c'est nos heures disponibles. Le fait qu'à un moment donné, si on s'empare tous ensemble d'un sujet, on peut faire changer les choses sans attendre. Donc si demain on décide qu'on ramasse tous les papiers par terre dans la rue, en France, on est en 24 h le pays le plus propre du monde.

00:24:12:12 - 00:24:43:14

Après, entre cette réalité 24h après et aujourd'hui, il y a d'autres choses et un peu de patience à avoir.

VIRGULE SONORE

À cette question d'une forme de recette ou d'invitation à faire des choses, je crois que c'est tellement individuel. Déjà il faut accepter le fait qu'on n'est pas parfait. Il y a plein de choses sur des convictions que j'ai, je ne fais pas encore, sans doute, dans la mesure de ce que ça devrait être, mais il faut déjà l'accepter.

00:24:43:14 - 00:25:11:18

Il ne faut pas aller se cacher. Et puis après, il y a une chose qui est très simple nous avons encore une fois dans nos poches, et même si on gagne peu d'argent, un bout de l'immense océan qui se déverse sur nos vies, qui s'appelle le monde économique. Il n'y a pas une chose, pas un immeuble de 30 étages, un stylo sur le bureau d'un grand président, il n'y a pas une

chose qui n'est pas issue de l'achat, à un moment donné, de quelqu'un, peut-être avec beaucoup moins d'argent dans un coin du monde ou de notre pays.

00:25:11:22 - 00:25:43:06

Cet argent, il est notre propriété collective. Ne faisons pas de grandes politiques, ce qui serait déplacé, mais rendons nous juste compte du pouvoir phénoménal qu'on a en achetant un produit qui lui-même a une conséquence positive sur le monde qui nous entoure et qui, dans un effet vertueux si on prend une image simple, si demain on achète à une entreprise qui paie bien ses salariés, qui elle-même achète à une entreprise qui paie bien ses salariés... à un moment donné, il va y avoir un retour jusqu'à soi de cette valeur qu'on aura décidé de tracer en l'encadrant.

00:25:43:07 - 00:25:59:17

Donc, il y a beaucoup d'espoir dans l'idée qu'on ne doit pas attendre de logiciel un peu différent du bon sens collectif et de la bienveillance qu'on a tous, des solutions qui sont susceptibles d'être mises en œuvre. La preuve est faite, mais il y en a bien d'autres de belles aventures à travers un petit peu d'échanges et de discussions.

00:25:59:23 - 00:26:23:17

Donc, soyons très conscients du pouvoir absolu que nous avons et surtout, ayons le bonheur tous les jours, même pour un seul produit, de l'exprimer.

Retrouvez tous les épisodes d'On The Way sur vos plateformes de podcasts habituelles et sur le site personal-finance.bnpparibas. Les liens et références citées par nos invités sont à retrouver dans le texte d'introduction de chaque épisode.

Et si vous souhaitez témoigner à notre micro, écrivez à Nicolas.meunier@bnpparibas.com

À très bientôt.