

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

Bonjour On The Way, je suis Jean Thierry Winstel dirigeant et le fondateur de Bio Viva Edition, Bio Viva Développement durable et le fondateur de la petite fondation Bioviva. Ingénieur agronome, j'ai aussi une maîtrise en biochimie. Je suis avant tout passionné par le vivant. Depuis tout petit, j'ai toujours mis le nez dans la terre à essayer de regarder ce qui s'y passait.

C'est juste en moi et du coup j'ai d'orienter mes études, puis ma vie professionnelle. Consacrer le respect du vivant. J'étais diplômé et à l'époque il fallait faire l'armée ou éventuellement être coopérant au service national. J'ai fait mon choix et par bonheur, ils m'ont envoyé dans une petite île des Caraïbes qui s'appelle Sainte-Lucie, avec un programme qui était de développer un projet de territoire qui avait vocation à réellement proposer un développement durable pour les populations.

C'était juste après le sommet de la Terre à Rio en 1992. Et donc me voilà parti à mettre en place des programmes scientifiques, des programmes, un programme économique, parce qu'il fallait rendre la structure viable, gérer les parties prenantes, communiquer et tenter de faire en sorte que tout ce petit monde s'entende pour un avenir désirable. Et ça a marché.

Un an plus tard, on jetait la bouteille de champagne sur le bateau financé par la coopération française. Tout le monde était content et dès le lendemain, j'ai retrouvé un pêcheur dans la réserve marine. Et là, je me suis dit en fait, c'est plus compliqué que ce qu'on imagine. Donc je suis allé le voir et je lui ai dit : je ne comprends pas, vous avez signé tous les accords et vous êtes en train de pêcher dans la réserve.

Il me dit Mais quelle réserve ? J'ai compris qu'en fait il n'était pas forcément au courant et le diable se cache dans le détail et dans les groupes de travail. Effectivement, il y a des pêcheurs, mais il y a plusieurs catégories de pêcheurs et ça c'est vraiment signifiant. Lorsqu'on travaille sur ces sujets là, c'est que il y a des pêcheurs qui pêchent au large, d'autres qui pêchent à la Seine avec un filet et d'autres qui pêchent au casier et lui pêcher au casier et donc près du bord et donc dans la réserve.

Comme j'avais par ailleurs travaillé un peu en sciences cognitives, je me suis dit mais là il y a un truc qui cloche. Moi, je travaille sur le système, j'essaie d'organiser, de faire en sorte que tout le monde s'entende. Mais le vrai problème, il est humain, c'est qu'en fait il faut travailler sur l'être humain, la personne en tant que telle et donc sur son comportement.

Et ça m'a beaucoup travaillé. Et moi qui me destinais à parcourir le monde, à mettre en place des parcs nationaux, des réserves dans le monde entier, vraiment, je me suis dit non, ce n'est pas ça qu'il faut que tu fasses. Si vraiment tu veux être utile, il faut que tu inventes quelque chose. Et c'est là que m'est venu l'idée.

Je m'en souviendrai toujours. J'étais sur mon bureau qui se trouvait à deux mètres de la plage. J'ai dit je vais faire un jeu.

Je ne suis pas joueur. Je n'y connaissais rien. Cette idée m'a poursuivie. J'ai fini ma coopération. Je suis rentré en France, chez mes parents, que je n'ai pas vu depuis quelques années, j'ai créé un jeu. Et là, je travaillais comme un fou 18 h par jour, avec une obsession qui était de raconter l'histoire de la vie pour tout simplement le quidam qui n'y connaissait rien.

Eh bien, qu'il puisse découvrir en s'amusant cette incroyable chance qu'on a tout simplement d'être en vie depuis 15 milliards d'années. La naissance de l'univers, puis la naissance de la vie à 3,9 milliards d'années. Son évolution, l'invention de la sexualité qui a permis l'explosion de la biodiversité et où on en était, voilà en 1995, quels étaient les enjeux. Je parlais du changement climatique, je parlais de la disparition de la biodiversité, mais je voulais rendre ça sympathique et amusant.

Et j'ai sorti ce jeu. Mais il était hyper innovant parce que le plateau, c'était la première fois au monde qu'on voyait un plateau qui reprenait la projection de Peters, qui est un géographe allemand qui, contrairement à Mercator, qui positionnait l'Europe au centre du planisphère, lui parlait de l'équateur. Et donc ça a donné une autre vision du monde. Et puis pas de pays, pas de frontières avec l'environnement.

Donc j'ai repris une carte qui représentait les biomes, c'est à dire les grands milieux naturels. Et pendant des nuits et des nuits, parce que je travaillais la nuit chez un ami qui avait un ordinateur Apple, c'était très rare à l'époque, qui n'était pas très fiable parce qu'il m'a apporté une paire de fois, créé point par point cette carte qui n'existait pas, qui représentait une autre version du monde.

Et ça, plus les contenus, plus une mécanique de jeu. A Noël 95 sous le sapin, j'ai mis le premier prototype Bioviva et je l'ai présenté à la famille en disant Bah voilà ce que je vais faire.

Le principe de bioviva, c'est d'apprendre en s'amusant et c'est basé sur un principe pédagogique qui est la méthode des trois A : Apprendre, s'Approprier et Agir. Parce que c'est super de découvrir, on s'amuse mais au final on fait quoi ? Donc là, le principe c'était d'avoir une carte avec des destinations. Il fallait se rendre avec des ronds à l'époque, mes dés étaient ronds, ronds comme la terre.

Les pions avaient des formes de gouttes d'eau, parce que l'eau c'est la vie et les points à gagner étaient des formes de spirale. Parce que la spirale, c'est la forme la plus présente dans l'univers depuis vos molécules d'ADN jusqu'aux galaxies les plus lointaines. Elles ont une forme spiralée et donc vous aviez votre carte destination, vous vous rendiez dans ces milieux naturels, on vous posait un certain nombre de questions.

J'ai inventé en fait les questions à choix multiples commentées parce qu'encore une fois le but ce n'est pas de savoir, c'est d'apprendre. Donc on a trois choix, donc on a au moins

une chance sur trois et les deux autres réponses sont tellement farfelues qu'à priori c'est assez facile. Et ensuite il y a un commentaire qui permet d'approfondir le thème abordé.

Quand on a bien répondu, on tirait une carte plus qui vous disait une chasse d'eau sachant chasser l'eau sans s'assécher. Si vous prononcez cette phrase trois fois sans vous tromper, vous gagnez deux points Viva ou chanteur de salle de bain vous n'oubliez jamais de couper l'eau en vous savonnant sous la douche. Donc l'idée c'était de donner des moyens sympas d'agir au quotidien et de faire réfléchir les gens sur encore une fois, le meilleur moyen de protéger la planète.

Je ne suis pas un entrepreneur, en tout cas je ne l'étais pas. J'ai découvert par la suite que je crois que j'avais la fibre. Je me présente à un premier salon. Boum ! Premier prix, deuxième salon. Boum, premier prix très salon treize premier prix. Jeu de l'année en France Jeu de l'année aux Etats-Unis Jeu de l'année au Canada. Je me dis Je crois que je tiens un truc et depuis novembre 96, Bioviva a fait son petit bonhomme de chemin pour essayer d'expliquer dans la joie, la bonne humeur, combien il est important de respecter le monde qui nous entoure.

Suivre son intuition, c'est vraiment un conseil que je donnerai à tout le monde. Alors c'est un conseil qui peut paraître farfelu. Parce que c'est quoi l'intuition ? C'est en son for intérieur être convaincu que c'est ce qu'il faut faire, que c'est la bonne chose à faire. Et moi, honnêtement, j'avais honte. Au début, j'ai eu honte de gagner de l'argent parce qu'au début, j'en ai gagné beaucoup.

Je me suis dit mais moi je veux sauver la terre et je gagne de l'argent. C'est quoi cette histoire ? Et en plus, en faisant des jeux alors que j'ai fait des études. Bon, j'ai compris qu'en fait non. Quand on prend des risques, quand on emprunte de l'argent à ses parents qu'eux même n'ont pas à l'époque des 300 000 francs.

Mes parents n'avaient pas des moyens démesurés, loin de là. Ils m'ont fait confiance, j'ai pu rembourser cet argent et ça m'a permis d'en gagner. Par ailleurs. Et à la fin, je me suis dit non, sois vraiment fier de ce que tu as fait parce que c'était très risqué et deux t'as fait ce que personne n'aurait imaginé que tu puisses faire.

Mais c'est toi, c'est vraiment toi. Et ainsi de suite après les nombreux échecs. Parce que la vie d'entrepreneur, c'est tout sauf un long fleuve tranquille. Et moi je suis amoureux de l'erreur parce que c'est l'erreur qui fait grandir. Alors au bout de plusieurs erreurs, ça devient la bêtise. Mais c'est important de se tromper parce que ça veut dire qu'on prend des risques.

Et j'ai pris des risques parfois inconsidérés parce que je suis vraiment engagé, parce que je veux montrer la voie, parce que fabriqué en France, parce que 100 % de nos jeux sont produits à partir de l'énergie renouvelable dont l'immense majorité vient directement des toits de l'usine avec des panneaux solaires que j'ai payé sur un terrain qui ne m'appartient pas. Enfin, j'ai tout tenté parce que je veux montrer que c'est possible.

Petit à petit. Donc j'ai beaucoup appris et j'ai toujours eu cette flamme contre vents et marées. Je m'en fiche. C'est là qu'il faut que j'aïlle et j'irai. Donc la pugnacité est un maître mot quand on veut être entrepreneur. Quand j'ai décidé de créer mon entreprise, j'ai un maître mot qui s'appelle la cohérence. Je me suis dit je ne vais pas.

Concevoir un jeu sur le respect de la planète et le fabriquer en Chine à 10 ou 15 000 kilomètres de là, ça n'a pas de sens. Et donc j'ai cherché des imprimeurs et j'avais un cahier des charges sur l'éco conception, un mot qui n'existait pas encore à l'époque et je me suis fait entre guillemets, fait remballer neuf fois sur dix.

Et puis il y en a un qui a accepté. J'étais en Lorraine, il était dans la Drôme, il reprenait l'imprimerie de son père. On avait 25 ans tous les deux et lui, il a dit banco. Je voulais du papier recyclé, évidemment recyclable. Je ne voulais pas de plastique, évidemment, pas de piles, et ça semble simple mais en fait, il a fallu inventer ce qu'on appelait la boîte de calage.

C'est Bioviva qui a inventé la boîte calage. C'est à dire que vous prenez un morceau de carton avec des plis et des découpes. Vous le formez et ça fait une boîte de jeu. Alors qu'auparavant c'était, on va dire, un carton dans lequel vous glissez un plastique pour mettre les éléments dedans. Ça, moi, je n'en voulais pas.

Depuis, on a été copiés, mais ça, c'était déjà une première signature. Ensuite, il y avait toute la symbolique des éléments que je vous ai expliqué. Puis j'ai fait du sourcing pour faire en sorte que ce jeu puisse fonctionner économiquement. Au début, évidemment, ce n'est pas rentable. Vous en produisez 3000, je trouve un premier client parce qu'il faut se lancer.

J'emprunte l'argent à mes parents. Ce client me dit je vous en prends 3000. Je lui ai dit ok à telle date, je vous appelle pour vous dire que le jeu sera prêt, qu'il partira en impression. Le jour J, j'appelle l'acheteur et je lui dis Les jeux sont produits, livrés chez vous dans un mois. Il me dit mais vous êtes qui déjà ?

J'ai dit je suis Jean-Thierry Winstel le fondateur de bioviva, vous m'avez passé une commande. Il a dit oui, j'annule la commande. Bienvenue dans le monde de l'entreprise et du commerce. Et je lui ai dit Monsieur, ce n'est pas possible. Il dit bah écoutez, en fait non, nos chiffres ne sont pas bons, donc je lui dit « Vous ne pouvez pas faire ça ».

Et pendant 1 h, je lui ai tenu le crachoir pour qu'il me passe une commande, et à la fin, il me dit Ok, j'en prends 1500, il commande les 1500, il les vend et me recommande la deuxième partie et l'aventure est lancée. Et là, j'ai une chance incroyable parce qu'en terme de communication, ça s'est très bien passé. Mon premier rendez-vous chez un autre acheteur suite au salon du jouet parce qu'il faut faire des salons professionnels, franchement, ça, ça aide beaucoup.

Alors c'est moins fort qu'il y a 20 ans et puis le COVID est passé. Mais à l'époque c'étaient les salons professionnels qui vous faisaient connaître et vous rencontriez vos clients. Et là, il y avait une autre enseigne qui a disparu depuis, qui me donne rendez-vous en région

parisienne. J'y vais avec ma petite mallette et mon petit jeu et dans la salle d'attente il y avait un gars en face de moi et il me fait.

Vous venez pour un entretien d'embauche ? Je lui dis Ah non, pas du tout. Je viens présenter un jeu sur l'environnement que je viens de créer. Il dit ah bon, ça m'intéresse. Puis j'ouvre le jeu, je lui fais la démo, puis à la fin, il me tend sa carte de visite. Il me dit est ce qu'on peut se revoir ? Je dis ok, je vois mon client l'acheteur pour référencer le jeu et je lui fais bonjour.

Puis je déroule ma présentation. Je vous arrête tout de suite, je vais vous en prendre. J'ai entendu parler de vous pendant une demi-heure sur Europe2. Vous aviez un interview. Là, j'ai compris quand la force de la communication en plus gratuite parce que je ne pouvais pas financer une pub télé. De fil en aiguille, tout ça, ça a pris.

Et puis j'ai eu ce partenaire qui était dans la salle d'attente et était en fait un gros distributeur qui m'a passé une très très grosse commande, avec qui j'ai signé un contrat d'exclusivité. Et puis la première année, il a quand même commercialisé 18 000, ce qui était considérable. Et c'est là où les sorties caisses étaient pas terrible mais quand même, et j'en avais commandé 30 000.

Donc ça c'est année deux. Je reçois un appel. Bon ben on annule le contrat, et je lui dis et le contrat, mais pourquoi on en a fait 18 ? Ouais, mais on n'a pas fait 30 000. J'ai su par la suite qu'ils avaient des difficultés financières et au final et ils ont annulé contrat. Mais comme ils avaient l'exclusivité, je ne pouvais plus vendre et donc je suis parti à l'international.

Donc immédiatement on traduit le jeu en plusieurs langues et c'est aussi un peu une marque de fabrique parce que Bioviva c'est vraiment du contenu. On fait des jeux pédagogiques, ce n'est jamais simple de traduire, surtout avec une vraie rigueur scientifique. Mais aujourd'hui, les jeux Bioviva sont traduits en chinois, en roumain, en grec, en arabe, en anglais, italien, espagnol évidemment, même en slovène.

On a eu des versions. L'International ne nous fait pas peur, malgré le fait que ce soit quand même assez compliqué. Là, on limite la casse parce qu'on arrive à en vendre. Bon, la rentabilité est moindre et après on récupère notre contrat et on reprend la distribution en France.

Alors Bioviva aujourd'hui, compte une trentaine de collaborateurs, on est basé à Montpellier, Bioviva édition créer donc et développe et commercialise désormais plus de 200 jeux différents pour les petits comme pour les grands, sur le thème du vivant, mais aussi un peu de culture et ils se caractérisent par leur simplicité, leur jouabilité, l'émotion et la convivialité que ça génère vraiment.

Je dis souvent le développement durable doit être désirable et ce sont ces moments de vie que l'on a su générer et qui font qu'on est désormais presque une marque patrimoniale. Parce que bioviva a des filatures. Moi je suis vraiment surpris des retours

qu'on en a. Je suis très très fier de ça, très content de ça. On a évidemment là la collection Famille bioviva et d'autres jeux.

On a une deuxième collection qui concerne les énigmes, donc les petits jeux de cartes basés sur des énigmes. Là, on est plutôt sur du sept, douze, treize ans. Et puis on a une collection qui est un phénomène de cour de récré. Que sont les défis nature ?

Défis Nature sont des petits jeux de cartes basés notamment sur les animaux en voie de disparition.

Depuis, on a fait d'autres déclinaisons avec des légendes avec la planète. Mais le principe c'est je défi mes petits camarades en fonction de caractéristiques de l'animal la longueur, le poids, sa taille, la durée de gestation. Celui qui a la plus grande caractéristique remporte la carte de ses adversaires. C'est super simple. Sauf qu'en fait, en haut à gauche, il y a un petit point vert, jaune, orange ou rouge qui en fait représente le niveau de disparition d'espèces rouges.

Il est extrêmement menacé. Disparition. Et quand vous perdez le défi et que vous êtes rouge, vous dites, j'ai perdu, mais je suis plus menacé que toi, donc ça me donne un avantage et c'est moi qui choisis la caractéristique de défis. Et en fait, ce petit principe fait que les enfants connaissent des centaines d'animaux dont ils n'avaient jamais entendu parler, à la fois les caractéristiques, à la fois leur particularité et leur niveau de disparition.

Et comme les photos sont vraiment de grande qualité, il y a un attachement à ces cartes et à la marque qui fait que ça n'a pas discontinué chaque fois qu'on sort un nouveau titre, il y a un attachement, il y a des demandes. Il y a deux jours, on a reçu et ça arrive régulièrement, mais plutôt en France et au Québec.

Notre premier mail d'un enfant, donc sa maman, nous a envoyé le mail. L'enfant avait créé le défi nature en italien. C'était je ne sais plus sur quelle thématique. Enfin, il faut se rendre compte, c'est un enfant qui crée 36 cartes, qui dessine, qui rédige les contenus pour montrer son attachement. Dire quand est-ce que vous allez sortir mon jeu ?

Ça, je trouve que c'est extraordinaire et c'est une vraie preuve d'attachement à la marque. Mais les défis Nature, aujourd'hui, c'est près de 80 références différentes en France, à l'étranger. En version territorialisée, c'est le numéro un des ventes de jeux français. Selon les chiffres de septembre 2024, on fait plus de plus de 500 000 chaque année. Et là, c'est vraiment notre fer de lance et locomotive.

De toute façon, dans notre secteur, il faut une locomotive et des wagons. Si vous n'avez pas une locomotive, un jeu ou une collection qui tire le reste, c'est très compliqué et on a cette chance-là qui nous a permis de nous faire connaître et de rentrer dans les familles. Et le plus beau remerciement qu'on puisse me faire, c'est que quand je rencontre plus souvent des femmes qui me disent moi, j'ai grandi avec le premier jeu bioviva, mes enfants jouent à défis nature.

Je vous remercie. Je dis c'est bon, j'ai fait ma part et aujourd'hui on a le plaisir de sortir une nouvelle collection qui s'appelle Défi Nature Protect. Et c'est extraordinaire parce que j'essaie de changer le modèle économique de l'entreprise qui est assez vertueux. Mais en bouclant la boucle, ça fonctionne. La manière suivante les cartes à collectionner sont basées sur le principe de la rareté.

Sauf que chez Bioviva, la rareté, elle, sera liée à la rareté des animaux dans la vraie vie. Donc aujourd'hui, il reste 583 rhinocéros noir de l'esr. Il n'y aura jamais que 583 cartes Défi Nature Protect Rhinocéros Noir de l'Est. Parallèlement à cela, on finance la protection du rhinocéros noir de l'Est grâce à la fondation Bio Viva qui a noué des partenariats avec des ONG sur le terrain.

Et là, je me dis ce n'est pas donné à tout le monde, c'est très difficile, mais on y croit et c'est ce que je veux montrer aux enfants. Je joue, je collectionne, je protège, je rejoue, je collectionne, je protège. Et plus je collectionne, plus je protège les animaux dans la vraie vie, pour montrer aux enfants qu'ils ont le pouvoir d'agir.

Alors nous, on dit souvent votre pouvoir d'agir, de voter, c'est votre carte bleue. Voilà, ce sont les cartes à collectionner. Défi Nature Protect.

Quand on fait des jeux éducatifs grand public, il faut plusieurs compétences. Il en faut trois. La première, c'est la véracité scientifique. Être certain que ce que l'on dit est vraiment prouvé scientifiquement. La deuxième, c'est l'ingénierie pédagogique. Comment on permet de mieux apprendre. Et la troisième, c'est la création graphique. Faire en sorte les jeux soit beaux. J'en ajouterai une quatrième qui est la mécanique de jeu.

Moi je ne suis pas mécanicien de jeux, mais j'ai dans mon équipe trois personnes qui font ça toute la journée. Ce sont des passionnés depuis leur plus jeune âge. Moi, je suis passionné par le vivant. Eux sont passionnés par les mécaniques de jeu. Ça fait un beau mélange et ça permet de développer 200 jeux éducatifs et familiaux grand public.

Mais surtout, c'est l'intelligence collective qu'il faut développer pour que ça marche. Il n'y a pas de recette magique. Chaque année, il y a un jeu qui explose les compteurs. On se demande pourquoi personne n'a la recette. Par contre, nous, ce que l'on sait, c'est que si on fait un bon jeu pédagogique, il faut un gameplay qui soit très simple, des contenus qui soient drôles.

Il faut que ce soit beau et il faut que ça génère de la convivialité et du plaisir. Il ne s'agit pas de faire des contenus chiantifiques, mais il faut faire des contenus scientifiques et si possible accessibles. Donc ça, c'est notre métier, c'est un vrai savoir-faire. Et Bioviva est une des rares entreprises dans notre secteur qui a dix personnes dédiées à concevoir des jeux.

Généralement, nos concurrents vont chercher des auteurs, adaptent le jeu en termes de visuel, gardent le concept de la mécanique de jeu et le diffusent. Il n'y a pas ce savoir-faire, il n'y a pas cette envie de créer des contenus spécifiques qui répondent à des

besoins bien définis. Pour faire un bon jeu éducatif. Parce que c'est une condition nécessaire, mais ce n'est pas suffisant.

Ce qu'il faut, c'est énormément communiquer et faire connaître le jeu et atteindre une taille critique pour que ça prenne au niveau des enfants.

Comment mesurer l'impact des jeux Bioviva sur le comportement des enfants ? Est une très bonne question et du coup, on a décidé d'embaucher un chercheur du CNRS qui, pendant deux ans, a travaillé sur l'évaluation des jeux bioviva sur le comportement environnemental des enfants. Il va publier et les résultats sont vraiment intéressants. L'échantillonnage est trop faible. Alors il est allé dans plusieurs écoles, il a fait un travail incroyable et il a pris des sociologues et des économistes.

Il les a filmés. Ils ont séquencé les images pour regarder le comportement de l'enfant par rapport à sa réaction. Vraiment génial ! Je me suis régalé à faire ce travail-là et ce n'est que le début. Il est essentiel de dire on fait des jeux éducatifs, mais c'est quoi l'impact ? Comment tu le mesure aujourd'hui ? La science est un peu faiblarde sur ces sujets, mais ça fait partie de la mission sociétale de Bioviva de faire avancer le schmilblick.

Donc l'avantage d'avoir des collaborateurs en interne qui travaillent sur des contenus par nous, je pense qu'on a la plus grande base de données au monde de contenus sur le vivant, traité de manière drôle et amusante. Et donc il est naturel pour nous de répondre à des demandes d'outils personnalisés. Et donc on a territorialisé Défi nature La Défi Nature Corse, Défi Nature Québec, toutes les outre-mer.

Et on va très loin puisque par exemple, pour Défi Nature Ile de la Réunion, on a traduit en créole, en langue locale, à Mayotte, on l'a fait en Chibouchie aussi. Donc il faut trouver un traducteur. Pour La Réunion, on avait décidé de mobiliser les enfants d'une école parce que l'enseignant adorait notre travail. On s'est dit OK, vous allez choisir les enfants, trois espèces endémiques de l'île de la Réunion et ils en ont choisi trois.

Sauf qu'il y en a une qui n'est pas la photo, c'est une araignée. Il y a un naturaliste. Il est parti dans la forêt et il a récupéré l'animal, l'a pris en photo. Il a mesuré, il a pesé et on a intégré cette caractéristique dans le jeu. Par contre, vous n'imaginez pas l'engouement des enfants par rapport à une biodiversité qui les concerne, surtout dans les îles où il y a de grosses difficultés à conserver les espèces endémiques.

Mais à Wallis et Futuna, il y a 15000 habitants. Vous n'imaginez pas l'impact des jeux Bioviva sur les enfants. C'est la première fois qu'on leur parle de leurs propres animaux. Ils sont super contents. Ce n'est pas super rentable, mais qu'est ce que ça fait du bien ! Je pense à ces enfants là. Et puis il y a autre chose, c'est qu'il y.

Viva propose le meilleur rapport qualité prix éthique qui soit fabriqué en France avec une l'écoconception incroyable. Un défi nature, c'est 9,90 € bio Viva le jeu c'est 29,90 € ont les jeux sont à moins de 30 € et je peux vous dire qu'il y a la matière dedans, que c'est la qualité, que ça dure, que ça se transmet de génération en génération.



L'idée de la Fondation est née une nuit de 2017 où j'ai un peu l'habitude de prendre des notes avec un système. Un stylo qui s'allume au bout, ça me permet de prendre des notes sans déranger personne et je crée un truc. Et le lendemain matin, il était noté offrir 1 million de jeux aux enfants réfugiés. On est en pleine crise d'enfants réfugiés et moi ça me tarabiscote un peu.

J'en ai parlé à mon CODIR, j'ai dit écoutez, j'ai cette idée là, Vous en pensez quoi pour tes tarés mes enfants, on y va ? Et du coup, je suis parti à la recherche d'ONG qui étaient intéressés par ce projet-là. On a fait traduire les jeux en arabe par des Syriens et puis on a lancé une première production de 50 zéro zéro zéro défis Nature en arabe.

Et pour que ça marche, il faut beaucoup communiquer. Donc j'ai pris beaucoup de temps à contacter la presse, les médias, etc. Pour le lancement du projet Bio Viva Enfants réfugiés. Et je me souviendrai toujours la veille du lancement presse, j'étais dans une radio pour faire un enregistrement et dans la salle d'attente je vois Johnny est décédé. Je me suis dit si pour le lancement ça va être mort, effectivement ça a été mort pour le lancement, on est passé sous les radars dans absolument pas parler de ça, mais c'était comme ça.

Il n'empêche que ces 50 000 jeux ont été distribués, qu'on a des témoignages extraordinaires, des photos, des vidéos. En fait, nous, ce qu'on voulait, c'était redonner le sourire et un peu d'espoir à ces gamins. Et là, c'était au-delà de nos espérances. Malheureusement, il y a eu le Koweït qui est arrivé, donc on n'a pas pu faire notre million de jeux.

Mais l'aventure était lancée. Et puis on m'a dit mais ton projet est extraordinaire, Je crée une fondation parce qu'à l'époque, c'était un projet et j'ai créé la fondation. Ce n'est pas que je le regrette, mais c'est que c'est du boulot, que ça prend un temps considérable. C'est des bénévoles, mais en même temps, je me dis maintenant que c'est fait, on va essayer de voir comment on peut créer du lien, encore plus entre l'activité bio Viva et la Fondation.

Et c'est là et par hasard que j'ai pu faire le lien entre la création de la collection Défis Nature Protect et les Fondation Partenaires qui sont partenaires de la Fondation Bio Viva. Et ça, je trouve ça au final assez génial. Mais encore une fois, suivez votre intuition d'une idée en pleine nuit à offrir 1 million de jeux à des réfugiés, vous en retrouvez à créer un modèle économique qui mêle votre fondation des partenaires et votre activité professionnelle.

Bioviva développement durable et une entreprise de conseil stratégique de coaching aux dirigeants et de formation sur les questions de responsabilité sociétale. On est en 2003, je reçois un appel du ministère de l'Environnement qui me dit Jean Thierry. Le gouvernement lance la stratégie nationale du développement durable et ils veulent officialiser ça au Salon de l'agriculture. Et comme on avait développé le jeu des parcs nationaux avec eux, ils nous ont contactés.

Et donc je leur ai dit Écoutez, super, est ce que vous me laissez carte blanche ? Ok. Je leur ai conçu un labyrinthe 70 mètres carrés au salon d'inculture de toutes les couleurs ou de trois mètres 50. Un truc improbable sur un stand institutionnel où jamais personne ne va parce que c'est la culture. On préfère taper le cul des vaches et dire bonjour aux cochons.

Et là, surprise, on avait imprimé 5000 jeux de cartes développement durable et petit jeu de cartes à tous les participants au labyrinthe. Donc le salon doit démarrer le dimanche. Le mercredi, on avait plus un jeu. Tous les ministres sont venus se faire tirer le portrait et Monsieur le Président de la République, en l'occurrence Jacques Chirac, avait son jeu de carte sur le développement durable bioviva entre les mains.

Et là, je me suis dit les méthodes pour le grand public, ça peut fonctionner avec l'Etat, les collectivités et les entreprises. Et me v'là parti à créer une nouvelle entité et on a eu le vent en poupe. J'avais des contrats mondiaux à l'époque avec des très grosses entreprises françaises, du CAC40 à l'international. J'ai recruté cinq personnes à Paris, cinq personnes à Montpellier.

Est arrivé la crise des subprimes en 2008. Du jour au lendemain, tous les contrats sont tombés. J'ai licencié tout le monde sauf une personne. Il a fallu repartir de zéro et aujourd'hui, Bioviva Développement durable est toujours là et avec cette particularité que, quand même, les autres cabinets n'ont pas. C'est que notre approche de la responsabilité sociétale positive, bienveillante, centrée sur l'humain, avec une expérience entrepreneuriale qui est quand même assez signifiante à l'oreille de dirigeants parce qu'en face d'eux, ils ont pas des consultants, ont des dirigeants, un savoir-faire et des méthodes pour vraiment ancrer l'engagement sociétal de l'entreprise dans le cœur de la stratégie et des collaborateurs.

Nous, notre force, c'est le potentiel humain. On croit dans l'intelligence collective, on croit dans la capacité à l'être humain à se transformer. Mais il faut des méta compétences, il faut de la prospective, il faut de l'intelligence collective, il faut de l'éthique et tout ça. En fait, on a concentré justement dans un outil qui s'appelle Métamorphose, qu'on vient de sortir huit ans de développement pour accompagner les CODIR et ensuite l'ensemble des équipes vers cette formidable aventure qu'est la transformée en intégrant les enjeux sociétaux.

En fait, ce qui est difficile pour un entrepreneur, c'est de gérer les amplitudes. En tout cas, ça a été mon cas avec des réussites extraordinaires sur certains points et des constats d'échec que j'ai subi, que je n'estimais absolument pas ne pas mériter parce que qui n'étaient pas du tout en phase avec mes valeurs. Mais c'est aussi le business comme disent certains.

Et je crois que derrière ça, il faut garder la foi. Il faut surtout ne jamais oublier les bons moments et au final, voilà, j'ai plein de propositions de rachat d'Olivia mais je n'ai pas envie de vendre parce que l'aventure est pas terminée. Déjà j'ai deux enfants qui ont 21 et 23 ans et je leur laisserai le choix de reprendre l'une ou l'autre des entreprises.

Deuxièmement, je crois dur comme fer aux projets télé défis nature. Troisièmement, je veux porter le plus loin possible le modèle économique de Défi Nature Protect et à partir de ce moment-là, en fonction des décisions des uns et des autres, je verrai ce que je ferais de deux, mon aventure entrepreneuriale. On a qu'une seule vie et il faut, il faut, il faut comprendre qui on est.

Il faut, il faut s'interroger sur quelle est ma mission de vie. Moi, j'ai la chance d'avoir su de manière innée quelle était ma mission de vie et je suis le plus heureux des hommes. Parce que quand bien même ce n'était pas du tout ce qui était prévu, imaginé, encore une fois, je peux remonter sur dix générations, n'y a pas un chef d'entreprise dans ma famille ou alors un peintre en bâtiment.

Il y a mon oncle, mais mais, mais en fait, quand vous apprenez à comprendre qui vous êtes et je dis ça surtout pour les jeunes et les jeunes entrepreneurs, n'y allez pas pour l'argent, n'y allez pas pour l'argent parce qu'évidemment que c'est important et c'est nécessaire. Mais je crois qu'il faut aussi apprendre dès le plus jeune âge aux enfants ce qu'est l'argent et surtout qui ils sont eux et qu'est ce qui les motive.

Je crois qu'on a chacun une mission de vie et on ne peut passer à côté. J'ai vu trop de gens faire la crise, la quarantaine, la cinquantaine, et d'être dans des entreprises très confortables qui payaient très bien et se dire mais en fait je ne suis pas à ma place, donc plutôt vous le ferez, mieux ce sera.

C'est bientôt les fêtes de fin d'année, Regardez le catalogue bio Viva, vous trouverez forcément votre bonheur et surtout, on ne peut pas vivre sans vous. C'est grâce à vous que vous existe. C'est grâce à vous que cette aventure entrepreneuriale très engagée existe. Faites-vous plaisir, ça fera du bien à la planète et aux générations futures. Retrouvez tous les épisodes de The Way sur vos plateformes de podcast habituel et sur le site Personnel privé Finances publiques BNP Paribas.

Les liens et références citées par nos invités sont à retrouver dans le texte d'introduction de chaque épisode. A très bientôt.