

Semaine #4 - Idée #2



L'intention en bref : Systématiser et étendre la conception de produits ou services éco-responsables accessibles à tous.

Et si... les entreprises proposant les meilleurs produits et services dans leurs secteurs s'inspiraient des principes du social business pour proposer des offres alternatives à destination des populations défavorisées.

Nous, B Corp croyons que la qualité, le respect de l'Homme et la Planète, l'éthique... ne doivent pas être l'unique apanage des offres haut de gamme, à destination des plus aisés.

Penser les produits et services de grande consommation pour proposer des modèles alternatifs, au service d'un accès au plus grand nombre qui permettrait de réduire les inégalités, sensibiliser une part nouvelle et très importante de la population.

CONSTAT :

- Les entreprises les plus engagées sont souvent celles qui, dans leur secteur, adoptent un positionnement “haut de gamme” avec l’avantage de générer plus de marges mais de réduire la capacité d’impact large du produit ou du service.
- Les plus démunis n’ont souvent d’autres choix que le moins disant financier, avec le coût social et environnemental que cela représente, sans même parler des conséquences sanitaires (pollutions multiples, carences alimentaires...).

DES AUJOURD’HUI ET POUR DEMAIN :

- Avoir une démarche créative est source d’innovation et de différenciation (par exemple : l’écoconception constitue une approche positive de l’environnement et un fort levier de création de valeur)
- S’inspirer du social business pour penser les produits et services de façon multiples :
 - identifier des alternatives en matière de conception, de distribution...
 - adapter les prix en fonction des moyens des clients pour atteindre un équilibre rentable tout en favorisant l’accès aux populations défavorisées

LES ENTREPRISES B CORP : MISES EN APPLICATION CONCRÈTES :

- **CAMIF (B Corp et Entreprise à mission) dont la mission est :** « *Proposer des produits et services pour la maison, conçus au bénéfice de l’Homme et de la planète. Mobiliser notre écosystème (consommateurs, collaborateurs, fournisseurs, actionnaires, acteurs du territoire), collaborer et agir pour inventer de nouveaux modèles de consommation, de production et d’organisation.* » porte plusieurs actions qui vont dans le sens de l’idée proposée (voir page suivante)



4 EXEMPLES CONCRETS DE L'ENGAGEMENT DE LA CAMIF

On veut consommer durable



FORÊT GÉRÉE DURABLEMENT

Œuvrer pour la gestion durable
des forêts et la biodiversité



QUALITÉ DE L'AIR PRÉSERVÉ

Limiter la pollution de l'air
intérieur et préserver votre santé



COTON BIO

Favoriser une agriculture
responsable moins gourmande
en eau et sans pesticides



TEXTILE NON NOCIF

Garantir le respect de votre
santé avec des textiles sans
substances indésirables

1. Réduire la TVA sur les produits qui respectent l'environnement, l'humain et le savoir-faire local : la Camif lance une pétition pour [une TVA responsable](#).
2. #OnDonneTout : c'est par ces mots que le 24 novembre 2017 les clients de camif.fr ont été accueillis. Une action coup de poing pour illustrer notre signature, « **Changeons le monde de l'intérieur** », en choisissant de [fermer notre site le jour du Black Friday](#).
3. [Le Camifathon](#), c'est un projet ambitieux et collectif : **créer la Marque de Développement Durable de la Camif** ! 3 jours de co-création qui ont réunis clients, designers, fabricants et experts du développement durable autour de ce projet.
4. Avec [La Place](#), trouvez des **solutions alternatives pour consommer responsable** : réparer, recycler, rénover. Découvrez tous les acteurs de l'économie responsable près de chez vous !