

LA NOTION DE PARTAGE À LA BASE D'UNE VISION ENTREPRENEURIALE

Qu'avez-vous fait de plus grand par Amour ?

Tout. Absolument tout. A commencer par la maternité. Je me sentais tout à fait incapable d'assumer le rôle de maman. Face à cette montagne d'émotions et de responsabilités, l'amour m'a permis de laisser place à la compassion et à la foi, ce qui m'a permis de gérer mes émotions avec plus de sérénité. Quant à notre marque Opaline, elle a été conçue par amour de la Nature et de l'Homme. L'Amour est à la base de toute ma vision économique et donne du sens à tout ce que j'entreprends. Mon chemin spirituel, lui aussi, conserve une forte notion d'amour, sans quoi je n'arrive tout simplement pas à m'écouter et à m'ancrer dans mes décisions. L'Amour est une ressource que nous avons tous, mais que nous avons malheureusement tendance à oublier dans le monde d'aujourd'hui. Et pourtant, il est essentiel, car il nous permet de construire dans la durée et le respect de soi-même, des autres et de la Nature.

Comment se porte Opaline trois ans après son lancement ?

L'entreprise a connu 120 % de croissance les deux premières années de sa création et 80 % de croissance en 2014-15, et cela avec une base de points de vente stable, ce qui signifie que nous bénéficions d'une certaine fidélité. Nous réalisons qu'aujourd'hui, nous sommes soutenus dans notre vision : l'épicier, la personne qui va acheter un jus Opaline ne le fait pas seulement pour le goût, que je trouve exceptionnel bien sûr, mais pour toutes les valeurs que nous représentons. C'est un choix positif et conscient qui motive leur achat.

Sur le plan environnemental, quelle est la particularité de votre entreprise ?

Le point essentiel de notre projet est la mise en valeur de la Nature, du patrimoine agricole et de l'Homme : c'est la raison d'être d'Opaline. Elle guide nos décisions quotidiennes. C'est d'ailleurs pour cela que nous nous fournissons localement pour la majorité de nos fruits et légumes. Notre production est, elle aussi, locale et elle est fournie en énergie solaire. Quant à notre distribution, nous avons choisi

a permis de nous évaluer dans notre démarche sociale et environnementale. Contrairement à d'autres labels, BCorp fournit des paramètres très complets sur tous les aspects opérationnels d'une entreprise sociale. Ce label ouvre aussi le dialogue, en permettant aux entreprises certifiées de prendre contact avec des acteurs du même secteur, mais qui sont actifs dans d'autres pays. BCorp comporte aussi une notion d'évolution, puisque la labélisation n'est valable que deux ans. C'est, parmi d'autres, un outil d'avenir constructif et intéressant.

La Suisse ne manque pas de ressources. Comment expliquez-vous la difficulté à valoriser la production artisanale ?

En Suisse, de nombreux producteurs artisanaux sont eux-mêmes agriculteurs. Ils proposent de très bons produits, mais leur activité primaire reste fort heureusement le travail de la Terre. Or, pour valoriser la production artisanale, il faut pouvoir communiquer de manière inspirante sur la valorisation de notre patrimoine agricole et assurer un suivi commercial soutenu. Pour cela, il faut du temps et des investissements financiers. C'est un projet à part entière.

Les actionnaires d'Opaline ont choisi d'ouvrir le capital aux collaborateurs. Cinq d'entre eux ont d'ailleurs répondu favorablement à cette offre. Pourquoi cette notion de partage est-elle si importante à vos yeux ?

Elle est tout à fait à la base de la vision entrepreneuriale qui nous anime. Dans notre vision de l'entrepreneuriat éthique, une activité commerciale se doit d'être considérée comme un écosystème dans lequel la contribution de chaque individu est valorisée. Au-delà de la gestion quotidienne de notre activité, cette contribution est reconnue par l'ouverture

Notre marque Opaline a été conçue par amour de la Nature et de l'Homme.

de mettre la priorité sur le marché suisse, dans le but à nouveau de rester locaux.

Comment se positionne Opaline par rapport à l'économie ?

On se fournit essentiellement en fruits et légumes de la région. En termes d'emploi, quatre collaborateurs habitent en Valais et la cinquième personne réside à Lausanne. La distribution se fait en Suisse, donc tous les retours économiques restent dans notre pays.

Vous êtes l'une des premières entreprises à être labélisée BCorp. Qu'est-ce qui vous a enthousiasmé dans ce modèle ?

C'est le travail de labélisation : une sorte de miroir de notre activité qui nous



du capital à tous les membres de notre équipe qui désire s'investir financièrement.

Votre notion du partage va au-delà, non ?

Nous aimerions développer cette idée de partage de manière à ce que toute la communauté de personnes qui contribuent à notre développement puisse participer à notre activité. Dans notre écosystème, ces personnes sont nombreuses: les maraîchers, par exemple, qui nous fournissent d'excellents fruits grâce à leur travail de la terre, les épiciers, cafetiers-restaurateurs et hôteliers qui proposent nos produits, ceux qui les achètent

Une activité commerciale se doit d'être considérée comme un écosystème dans lequel la contribution de chaque individu est valorisée.

et les apprécient, ou tout simplement ceux qui partagent nos valeurs. Toutes ces personnes sont essentielles à notre écosystème. Elles seront donc invitées à prendre part à l'histoire par le biais

du financement d'un lot de production. Un lot de production ayant un cycle de vie défini, l'investissement sera limité dans le temps et permettra à notre communauté de se lier à quelque chose de concret et d'inspirant.

Dans cet idéal, vous dites souvent que votre but est d'avoir zéro bénéfice.

Pouvez-vous expliquer cette idée qui est complètement révolutionnaire?

Toute entreprise commerciale se doit d'être financièrement viable. Pourquoi? Parce que c'est en grande partie la ressource financière qui va amener de l'oxygène au projet et lui permettre d'aboutir dans sa vision et ses objectifs. Dans un schéma classique de capitalisme, dès qu'un chiffre d'affaires intéressant est atteint, il y a une forte tendance à minimiser tous les apports de marges dans le seul but de maximiser le bénéfice pour le profit d'un nombre de personnes restreint. D'où la notion de réduire les coûts fixes avec une délocalisation des activités ou encore une forte négociation, voire spéculation, sur toutes les denrées de base du produit. Dans cet exercice financier, nous perdons toute notion de la relation humaine et de la matière.

Notre vision est à l'opposé de celle-ci. Si nous générons un chiffre d'affaires, c'est grâce à tous ceux qui participent d'une manière ou d'une autre à notre écosystème. Et ils sont nombreux, comme nous l'avons évoqué auparavant. Dans cette optique, nous ne cherchons pas à minimiser nos marges pour optimiser notre bénéfice. Bien au contraire. Nous cherchons à répartir notre chiffre d'affaires parmi tous les membres de notre écosystème. Le succès financier de notre entreprise devient alors un outil de reconnaissance de l'apport de chacun, plus qu'un but en soi. C'est pour

cela que nous payons un prix équitable à tous nos fournisseurs, que nous avons ouvert le capital de l'entreprise à tous nos employés et que nous appliquons une politique salariale linéaire et qu'à terme, nous permettrons à tous ceux qui le désirent de participer au financement d'un lot de production.

Quelle forme prendrait ce financement d'un lot de production?

Nous produisons nos jus de fruits en cycle. En d'autres termes, un lot de jus de pommes-poires, par exemple, est produit sur une journée. Cette journée représente un nombre de bouteilles défini. Elle est planifiée en fonction de la disponibilité des fruits et de la demande du marché. L'idée du financement est de permettre à qui le souhaite de participer au coût de cette production et de recevoir un retour financier sur sa participation. Aujourd'hui, il est important de préciser qu'Opaline ne nécessite pas de financement pour adresser ce coût. L'objectif de cette participation n'est donc pas de financer notre croissance, mais tout simplement d'inviter ceux qui y contribuent à en bénéficier financièrement à leur tour.

Dans ce même objectif, la participation se doit de rester abordable. Elle sera donc possible dès 100 fr. à 200 fr. par personne et il y aura la possibilité de se regrouper à plusieurs pour financer un lot complet. Nous visons ici une réelle démocratisation de l'apport financier, sans spéculation. Nous ne proposons pas une participation financière par le biais d'actions dont le retour financier reste dépendant de performances futures. Nous proposons une participation sur la production d'un jus, soit de quelque chose de concret qui peut être touché, apprécié et partagé

dans le moment présent. Le cycle de vie d'un lot de production étant limité (nos productions se vendent aujourd'hui dans un délai de deux mois en moyenne), la participation financière est elle aussi limitée dans le temps. Ce qui permet un retour financier à court terme.

Par sa participation financière, la personne peut ainsi s'approprier le produit et contribuer à son histoire, à ses valeurs. Elle peut être le maraîcher qui désire aller plus loin dans la valorisation de son travail que la simple vente de ses fruits, l'épicier qui désire lui aussi participer financièrement au développement du produit qu'il vend, ou encore le client qui, au-delà de l'expérience gustative, désire avoir un lien direct avec ce qu'il consomme. Opaline, quant à elle, devient alors une simple plateforme de partage au sein de sa communauté, dont le but principal est de reconnaître et valoriser l'importance de chacun dans le développement durable de son activité. Ce partage se traduit tout simplement par un grand merci à tous les membres de notre écosystème.

Quelle est votre vision du système économique suisse de 2040 ?

Ma vision, mon souhait et mon rêve sont de nous voir évoluer dans une multitude de micro-écosystèmes. Nous sommes tous, d'une certaine manière, des entrepreneurs. A partir du moment où nous devons penser à ce que nous allons faire, avec qui nous allons le faire et comment nous allons le financer, nous sommes des entrepreneurs. Que ce soit une décision sur nos prochaines études universitaires, le lancement d'un projet professionnel ou familial ou encore tout simplement l'organisation d'un événement, nous avons besoin de ressources naturelles, humaines et financières pour concrétiser nos projets.

Lorsque nous avons accès à ces ressources, nous avons alors la responsabilité, voir le pouvoir, de changer les choses. Si chaque projet entrepris pouvait reconnaître l'existence d'un écosystème dans lequel ces ressources pourraient être amenées à cohabiter harmonieusement, nous aurions un flux économique beaucoup plus équilibré et respectueux, tant sur le plan de la ressource humaine que naturelle. Il appartient donc à chacun de prendre conscience de ce pouvoir et de croire, grâce à des projets comme Opaline, que cette démarche peut être économiquement viable. Nous revenons ici à la notion d'Amour et de Foi, bien sûr.

C'est à partir de là que la confiance pourra se recréer et déboucher sur la création d'écosystèmes harmonieux. N'oublions pas aussi qu'il y a la nouvelle génération, celle des 15-20 ans qui, déjà, refuse de s'investir dans notre système économique traditionnel. Il y a chez elle cette envie de participer à quelque chose qui a du sens. Laissons-nous nous en inspirer !

OPALINE EN CHIFFRES, C'EST ...

- 5 collaborateurs présents dès le début de l'aventure (avec potentiellement le réengagement d'un stagiaire à la fin de ses études).
- 880 points de vente en Suisse.
- 11 variétés.
- 2 médailles d'argent au Concours suisse des produits du terroir 2015-16.
- Le Prix suisse de l'éthique 2014 par l'HEIG-VD.
- La certification B-Corp.