

Concept de l'entreprise naturelle

Lors d'un stage de trois mois chez Philippe Desbrosses à la Ferme de Ste Marthe, en 1999, j'ai eu la chance d'être sensibilisé à la manière de conduire un projet d'entreprise de manière respectueuse de l'environnement. Orientation possible si l'on identifie et abandonne les pièges de l'entreprise dite capitaliste et les évidences prônées par le modèle dominant. C'est ainsi qu'émerge l'idée d'entreprise naturelle dans le respect des règles du Vivant.

"Si nous prenons la nature pour guide,
nous ne nous égarerons jamais."
Cicéron

Après avoir bien réfléchi à cette approche, le temps était venu de le mettre en oeuvre de manière pratique. C'est ainsi qu'est né Jardin Gourmand en Alsace en 2002. Tout d'abord, voici une introduction pour situer l'entreprise dans son environnement

Quelques caractéristiques de cette vision de l'entreprise

Du développement durable au développement désirable

L'objectif du développement durable est de concilier les trois aspects économique, social, et environnemental des activités humaines ; « trois piliers » à prendre en compte, par les collectivités comme par les entreprises et les individus.

La conception même du développement durable évolue à son tour. Après être devenu développement soutenable il laisse la place à la notion de "développement désirable".

Du développement à la décroissance

Le développement durable correspond à la juxtaposition de deux termes incompatibles. Le développement, voire la croissance durable, est impossible dans le système fini représenté par notre planète.

La décroissance, sans se limiter à cela, passe, au niveau individuel, par la simplicité volontaire.

Celle-ci est une école de la modération, un travail sur soi qui nous grandit en nous apprenant à ne pas céder à notre propre violence et à notre désir de toute puissance.

Ethique de l'entreprise

Le premier aspect concerne la réflexion sur l'identification des finalités fondamentales d'une entreprise. Il semble évident que les règles éthiques liées à un fonctionnement sain au niveau marketing, finances et comptable soient à préserver. Il en va de même pour le respect des droits et devoirs des employeurs et salariés, la sécurité de la production.

J'avais lors de la création d'une structure touristique avec quelques amis-associés formulé, dans cet état d'esprit, une règle en trois points pouvant orienter les décisions de gestion : ce qui est envisagé sera-t-il à la fois cohérent avec les contraintes financières, répondra à des besoins naturels du public et participera à la vocation pédagogique de l'entreprise.

Aspects spécifiques à l'entreprise naturelle

Le concept d'entreprise naturelle s'inspire dans tous les aspects de son fonctionnement des règles que nous enseigne la nature. Sont pris en compte les choix juridiques et fiscaux. Le choix des produits ou services à commercialiser, les moyens financiers, publicitaires mis en oeuvre. La politique de développement, le choix des investissements, etc.

Comment prend naissance un tel projet ?

C'est qu'il faut se méfier des « bonnes idées » d'un porteur de projet, et j'ai été particulièrement attentif au piège potentiel des miennes.

- Ici, une idée doit prendre vie comme une graine, non pas de manière artificielle, ex nihilo, mais en trouvant la juste place en fonction de son propre chemin de vie.

L'approche naturelle, c'est aussi trouver le bon moment, ou plutôt le juste moment, pour prendre un nouveau départ. L'impatience et des idées trop arrêtées peuvent être des obstacles à la matérialisation de ce qui nous est le plus personnel. Temps de maturation. Temps de formation et d'expérimentation. Temps permettant d'achever ce qui était en cours, le cas échéant.

Comment s'apprécie l'utilité d'un tel projet ?

- La finalité de l'entreprise répond à une demande réelle, identifiée comme telle, et à une compétence potentielle avec le désir de réaliser la convergence de ces deux énergies dans la création de l'entreprise.
- Il est essentiel de répondre à un besoin alors qu'aujourd'hui émergent tant de produits nouveaux pour satisfaire des besoins créés de toute pièce. Cela conditionne le choix des produits et prestations justifiant la création de l'entreprise.
- Avec des capitaux, une communication « marketing » peut chercher à manipuler nos valeurs ou nos comportements et à imposer un produit en l'absence d'une demande réelle, quitte à la susciter. C'est le cas lorsque sont proposés des produits ne répondant pas aux besoins du client. Cela est devenu si fréquent et vient à la rencontre d'un réflexe de consommation croissante bien établi, que notre société paraît l'accepter, ce qui, sur un plan éthique, n'autorise pas tout.
- Avec des capitaux, la tentation est donc forte pour l'entreprise capitaliste de susciter des besoins nouveaux pour assurer son fonctionnement et sa rentabilité.
- Ici, l'objectif premier est de satisfaire une demande réelle puis de mettre en place les moyens progressif pour y répondre.

Où s'implante une telle entreprise ?

Le choix du lieu d'installation, de la gamme des activités peut s'inspirer de la stratégie des plantes pour occuper au mieux les niches disponibles du territoire spatio-temporel. La violette va choisir la période où les hautes herbes n'ont pas encore eu le temps de se développer, l'onagre va choisir le soir pour fleurir et espérer une synergie avec les pollinisateurs nocturnes. Chacune va ensuite développer ses propres caractéristiques et le coquelicot ne va pas chercher à copier le bleu de la chicorée. Bien sûr, tout n'est pas idyllique chez les végétaux, vu, du moins, avec nos yeux d'entrepreneur. Donc, chercher le lieu adéquat et se démarquer de ce que d'autres font déjà : c'est souvent plus compliqué, a priori moins confortable, mais cela stimule notre créativité.

Comment se détermine la gamme des produits ou prestations ?

Toujours en observant la nature, nous voyons la biodiversité comme un gage d'équilibre ; à l'inverse, une monoculture, un environnement concentrationnaire pour les animaux (voire les plantes) engendre des situations critiques. Un projet s'inspirera avec profit de cette diversité dans ses choix, en particulier au niveau des produits, des services, des circuits et de la clientèle visée.

Comment se concrétise un tel projet ?

Les moyens nécessaires se mettent en place progressivement pour répondre à la demande sans faire de fortes anticipations de l'activité avec ce que cela comporterait d'investissements lourds et d'engagements financiers lesquels entraînent l'obligation d'un volume d'activité à atteindre à tout prix afin de ne pas rester en dessous du fameux « point mort ». La légèreté des investissements, la réduction du risque lié à l'appréciation du marché, la sérénité des dirigeants en découlent. On est loin des parcs de loisirs et parcs à thèmes construits à grands renfort de capitaux par certaines régions.

Comment réduire le coût des investissements grâce aux collaborations ?

La logique de l'entreprise naturelle repose aussi sur cette règle du vivant. Quelques exemples :

- Un terrain acquis via un bail de longue durée ou dans le cadre d'une exploitation agricole.
- Un bâtiment construit par un entrepreneur « écologique » souhaitant une vitrine d'exposition.
- Des bénévoles apportant leur aide en échange de l'apprentissage de nouvelles techniques...

Comment financer ce projet ?

Sans écarter les financements traditionnels et les éventuelles subventions, il est cohérent de fonctionner par appel aux amis et relations souhaitant encourager le projet pour créer un premier cercle d'investisseurs ou de caution. Ceci va crédibiliser le projet et créer une dynamique dans le prolongement de laquelle le financement bancaire pourra se mettre en place : telle est la logique de la NEF par exemple.

Une place importante est à faire désormais aux opérations de crowfunding ou financement participatif.

Comment se fait connaître un tel projet ?

- Répondre à une demande ne dispense pas le recours à la communication. Mais de manière naturelle : le bouche à oreille, le recours aux réseaux, le carnet d'adresses personnel, les synergies entre acteurs...
- Inverser la démarche de la publicité payante en ayant une offre originale, innovante et attractive dont les médias sont friands pour leurs reportages.
- Donner pour recevoir : conférences, diaporama, expositions, causeries faites à l'extérieur pour se faire connaître et renforcer les liens avec de multiples partenaires régionaux.

Comment cohabite un tel projet avec son environnement ?

S'il y a souvent lutte de territoire entre les plantes et entre les animaux, il y a aussi toutes les stratégies de collaboration dont il est possible de s'inspirer.

Une identité forte permettra plus facilement de ne pas considérer les entreprises installées sur le même créneau comme concurrentes mais comme source potentielle de synergies.

Comment se perpétue un tel projet ?

- L'entreprise naturelle se doit d'éviter les pièges de la concentration, du pouvoir, de la rentabilité comme objectif premier.
- Une loi naturelle est celle de la sélection permanente : survivre, y compris pour une entreprise, demandera à observer des règles élémentaires de prudence et d'observation de l'environnement économique toujours fluctuant.
- Le changement, l'évolution, l'adaptation sont en œuvre en permanence dans la nature. A l'entreprise naturelle d'être à l'écoute des modifications de son milieu en se gardant les moyens pour s'adapter le moment venu.
- Une règle de base du vivant est d'assurer sa pérennité et sa reproduction. C'est la même démarche pour l'entreprise naturelle.

La notion d'économie solidaire

L'économie sociale et solidaire désigne des formes d'entreprendre collectivement qui allient au quotidien performance économique et utilité sociale.

On distingue 4 grandes familles :

- les coopératives (de consommateurs, bancaires, agricoles, de logements, d'activité et d'emploi, etc.)
- les mutuelles (de santé ou d'assurance)
- les associations (santé, éducation populaire, culture, sport, loisir, etc.)
- l'économie solidaire (fondations, structures d'insertion par l'économique, les regroupements de syndicats d'employeurs de l'ESS)

Ces structures portent des valeurs de référence, définies en Alsace dans la charte régionale de l'économie sociale et solidaire :

- la primauté de la personne sur le capital
- les excédents au service des projets
- la démocratie
- la solidarité
- le développement local et le développement durable

L'entreprise naturelle intègre, certes, les valeurs de référence, objet de la charte ci-dessus, mais elle représente une approche plus générale que la seule utilité sociale et les formes juridiques citées ; c'est ainsi qu'elle peut prendre la forme d'une société commerciale.

Réflexions philosophiques

La finalité de l'entreprise naturelle pour son responsable ainsi que pour les collaborateurs s'exprime en termes d'accomplissement personnel et non pas d'accumulation, de consommation.

Il n'est possible de parler de la nature que s'il y a eu une transformation personnelle. A défaut, cela risque de n'être qu'un objectif marketing. Or les personnes s'intéressant à la nature vont être à la recherche d'authenticité et en premier lieu au niveau de l'implication de la personne qui leur en parle. La démarche du responsable et des collaborateurs d'une entreprise naturelle dont l'activité est en relation directe avec la nature devra donc refléter cette authenticité.

Ne pas parler de décroissance : ce terme suppose que l'on enlève quelque chose, qu'un mouvement s'inverse pour nous priver de nos acquis. Ce serait un langage augmentant la frustration, alors que l'objectif est d'arriver à une nouvelle forme de plénitude ; Pierre Rabhi parlerait de sobriété heureuse.

Conclusion

Ce concept de l'entreprise naturelle n'est pas une approche purement philosophique. Elle a été testée, affinée, formalisée et mise en place dans trois activités que j'ai eu l'occasion de présider depuis 1998.

Pour aller plus loin

Ce document donne un aperçu de l'un des axes de la formation proposée sur cinq jours :

["Chercher sa voie et changer de vie"](#)

D'autres axes viennent enrichir cette quête

"Booster sa créativité"

"Identifier et cultiver ses talents et non ses compétences"

"Les rêves créateurs", etc.