

28. United
Pepper

Green
Geeks

recentre

↑
Jean-Pierre D'Haese
© Muriel Thies



Au printemps 2009, Jean-Pierre D'Haese, Marc Aelbrecht et Xavier Petre, cherchent à donner une nouvelle orientation à leur carrière. Tous trois porteurs d'imposants bagages au sein de grands groupes tels qu'Alacatel-Lucent, Cisco, ou Sytec, les managers sont réunis par l'envie de s'embarquer dans un projet à dimension sociétale. *Nous avions le désir commun de faire quelque chose dans le domaine du commerce équitable et de l'écologie, de donner des fondements et de la profondeur à notre démarche en mettant notre expérience au service d'idées plus difficiles à vendre.* C'est ainsi que rapidement, le trio décide de racheter le fond de commerce de Dies Europe, une société qui existait depuis 2007, et qui possédait déjà la marque United Pepper. Dès septembre 2009, les trois associés reprennent ce nom pour baptiser leur sprl naissante : *Pepper, le piment, symbolise le Sud, et United le lien que nous souhaitions établir entre le Nord et le Sud : ce nom colle parfaitement à notre projet !*

Pepper, le piment symbolise le Sud, et United le lien que nous souhaitions établir entre le Nord et le Sud : ce nom colle parfaitement à notre projet !

Dans le fond de commerce acquis, il reste alors quelques petites Lily : une webcam dont le corps de pieuvre réalisé en coton et kapok, est bourré de sable du Mékong. Il y avait aussi, dans les cartons de l'entreprise, des accords de fabrication de périphériques informatiques tels que celui-ci avec une usine vietnamienne située à Hô-Chi-Minh ville et certifiée Tradecraft. Désireuse de continuer à produire des périphériques informatiques aussi verts que possible, l'entreprise United Pepper s'est adjoint les services d'une veille technologique : *Une personne qui se trouve à Shenzhen, de l'autre côté d'Hong Kong, où on crée pas mal d'électronique. On y trouve nos électroniques de base, on essaye de les transformer pour les rendre davantage écologiques, dans un processus*

totalement équitable, au sein de notre usine certifiée. Mais le plus important, aux yeux de ces néo-entrepreneurs, c'est la valeur d'engagement que ces produits représentent : On ne vend pas d'électronique, on vend un symbole, une valeur.

Pour cette raison, United Pepper ne recourt pas aux grands circuits de distribution habituels des produits informatiques mais a choisi de diffuser sa gamme au travers de canaux spécialisés ou de son propre site web. La start-up a choisi aussi de démarcher les grandes entreprises, de plus en plus nombreuses à prendre des engagements en termes de responsabilité sociétale, tels qu'ils sont mentionnés dans Le Livre Blanc de l'Europe et seront bientôt certifiés au travers de la nouvelle norme ISO26000 relative à l'application des principes du développement durable. United Pepper leur propose d'afficher cet engagement dans la bonne gouvernance au travers de produits équitables et responsables qui peuvent être réalisés sur mesure et à leur image. *Nous avons par exemple fait imprimer des logos du Crédit Agricole sur des lecteurs de carte électroniques fair trade, détaille Jean-Pierre D'Haese. Mais il faut avouer que ce marché n'est pas facile. Demain tout le monde devra être éthique. Mais aujourd'hui, nous sommes encore en phase de transition. S'ils tentent de transmettre de hautes valeurs symboliques, ces gadgets ont intrinsèquement une basse valeur matérielle. Beaucoup de clients sont encore tentés de les commander à bas prix, directement à des entreprises chinoises.*

Sur base de ce constat, United Pepper a développé une 'home tablet' comparable à l'Ipad d'Apple, mais se voulant plus intuitive et issue de technologies vertes et du commerce équitable. Ce petit ordinateur à écran tactile, sans clavier et doté du WiFi, a la vocation d'offrir un accès très simple à la technologie. Dans le même état d'esprit, United Pepper s'attache à proposer de nouvelles applications spécialisées : *La tablette pourra ainsi être un relais supplémentaire entre une personne âgée et son médecin. Elle a déjà été utilisée aussi pour permettre aux chirurgiens*

de recevoir des données en salle d'opération. C'est une solution aussi pour des endroits isolés : nous sommes en pourparlers avec le ministère de la santé au Vietnam, concernant l'acquisition de tablettes destinées aux dispensaires ruraux.

United Pepper attribue en effet à chacun de ses produits un double indice, chiffrant l'impact environnemental d'une part, et l'impact éthique de l'autre, sur base de critères objectifs.

'//////////'

L'intuitivité de l'utilisation de ce terminal est prise en compte dans l'évaluation de son impact sociétal. United Pepper attribue en effet à chacun de ses produits un double indice, chiffrant l'impact environnemental d'une part, et l'impact éthique de l'autre, sur base de critères objectifs. *Un objet n'est jamais 100% vert ou 100% éthique, explique Jean-Pierre D'Haese. Par exemple, le coton, même si ce n'est pas du plastique, demande beaucoup d'eau pour sa production.* Raison pour laquelle Jean-Pierre D'Haese et ses associés se considèrent comme des agents de transition : *On ne sait pas changer la technologie chinoise, mais le choix des composants peut influencer la qualité du produit final du point de vue environnemental. Le fait de vouloir créer un appareil intuitif nous a permis d'éliminer le gros clavier. La coque est en fibre de riz ou de bambou. Le processeur est choisi pour émettre moins de chaleur, et donc se passer de ventilateurs. Les batteries sont plus petites, ont une plus longue durée de vie et donc moins d'impact. Ce n'est pas une démarche figée mais une dynamique !*

Pionniers de la nouvelle économie, les trois associés sont conscients de la difficulté du rôle qu'ils ont endossé. *Nous sommes en quelque sorte des évangélistes, considère Jean-Pierre D'Haese, notre rôle est de conscientiser... sans moraliser ! Ce qui nous pousse à*



↑
Jack ID © United Pepper



↑
Série Lili © United Pepper



Sustainable Success Stories

être inventifs ! Une philosophie que United Pepper applique également dans son activité de conseil aux entreprises désireuses de mettre en place une démarche sociétale. Outre cette activité, la jeune entreprise vient de mettre en place un contrat de partenariat avec une société alter ego à Hong Kong. Innovasions, une entreprise spécialisée dans l'écotextile, dirigée par Lisette Smook, propose une série de produits complémentaires à la gamme de United Pepper. Ensemble, les deux entreprises entendent élargir leur offre et créer un réseau qui leur permettra d'atteindre la taille critique indispensable à leur avenir. Si United Pepper n'est pas encore rentable, la start-up a déjà atteint l'équilibre financier. L'entreprise ne permet pas encore de rétribuer ses managers, ni d'engager du personnel, mais à ceux à qui United Pepper donnerait des idées, Jean-Pierre D'Haese conseille de suivre leur instinct tout en n'oubliant pas les règles de base : *On peut croire au hasard mais il faut se structurer. Il faut démarrer simplement, sans se disperser, en limitant le nombre de produits, et en maintenant toujours l'équilibre des finances. Il faut être enthousiaste tous les jours, et de préférence, bien entouré : la motivation vient d'une équipe. Il y a plus dans trois têtes que dans une !*

•

Isabelle Masson pour REcentre

Personne interviewée / Jean-Pierre D'Haese, Co-actionnaire avec Marc Aelbrecht et Xapier Petre.

United Pepper sprl
Chaussée de Mons 63
7800 Ath
Belgique

www.unitedpepper.org

Secteur • IT & électronique

Année de création • 2009

Nombre d'employés • N/A

Chiffre d'affaires (2009) •
100.000 EUR