

Vendredi étoffe son offre en intégrant la RSE à son catalogue

La startup Vendredi, qui a fait de l'engagement des entreprises et des salariés son cheval de bataille, vient de lever 4 millions d'euros auprès d'Evolem Start, Inco Ventures, d'entrepreneurs clients et de business angels.

Temps de lecture : minute

24 mars 2022

Initialement lancé sous la forme d'une association, en 2014, le projet de Félix de Monts et Julian Guerin se transforme en entreprise et prend le nom de Vendredi, 4 ans plus tard. L'objectif reste le même: diversifier les investissements réalisés dans les associations en mixant des dons financiers, du mentorat, du bénévolat, etc. Au cours de ces trois premières années, la société a développé cette vision en s'appuyant sur deux piliers : la sensibilisation et le passage à l'action des entreprises et des salariés.

Défis internes entre collaborateurs, parcours ludiques, travail sur les chiffres du harcèlement en France et dans l'entreprise et partage de conseils pour faire évoluer les mentalités et les comportements... Les supports sont multiples pour aider les entreprises et leurs collaborateurs à s'engager. "*L'année dernière, nous avons vraiment travaillé sur la sensibilisation au handicap, à l'empreinte carbone du numérique, aux violences sexistes et sexuelles*" , détaille Félix de Monts. Et la recette fonctionne.

"Nous avons multiplié par trois ou quatre le nombre de personnes engagées, le nombre d'associations partenaires et même nos revenus" ,

souligne fièrement le CEO. L'an dernier, la startup a réalisé un chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros (avec 1,2 million d'euros de revenus récurrents). Parmi les 200 entreprises de son portefeuille, Vendredi compte 40% de sociétés de moins de 200 salariés mais aussi des PME et des grands groupes. On peut citer Décathlon, ManoMano, PWC, Danone, Suez, etc.



À lire aussi

RSE : les Français se méfient des engagements pris par les entreprises

"Notre panel d'entreprises partenaires est très hétérogène. Les grands groupes s'intéressent beaucoup à ses enjeux mais depuis l'an dernier, toutes les entreprises s'emparent du sujet" , constate Félix de Monts. "On compte des TPE très engagées mais qui ne possèdent pas le réseau et les outils pour le faire" , à l'instar de Lunii et sa boîte à histoires.

La RSE, un sujet qui monte

Vendredi ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. Grâce aux 4 millions d'euros qu'elle vient de lever auprès d'Evolem Start, Inco Ventures,

d'entrepreneurs clients et de business angels (comme Cédric Sellin, Christophe Poupinel, Thierry Vandewalle, Kayo Hattori ou Thierry Petit), elle entend bien démultiplier son potentiel, en étoffant son catalogue d'offres mais aussi son portefeuille de clients. *"Il y a 10 ans, la RSE n'existait pas vraiment et depuis 5 ans, il y a une vraie transformation des attentes de tous les acteurs : les actionnaires avec le reporting extra-financier, les consommateurs, les salariés et les candidats"* , développe Félix de Monts. Même les marchés publics intègrent des critères ESG. *"Depuis un an, le sujet monte même jusqu'aux directions des entreprises"* et notamment dans les Comex. On voit aussi apparaître le nouveau rôle de chief impact officer. Résultat de cette montée en puissance du sujet : les entreprises ont besoin d'un accompagnement pour structurer leur politique RSE et mettre des actions en place.



À lire aussi

Comment Contentsquare a convaincu Kat Borlongan de devenir sa directrice de l'impact

Devenir une entreprise BCorp, aller chercher un label, mettre un reporting ESG en place, déployer un plan d'action RSE...figurent parmi les attentes des entreprises. Vendredi va jouer le rôle de catalyseur en accompagnant

ses clients dans la structuration de leurs ambitions et en mettant à leur disposition un catalogue de prestataires spécialisés sur ces enjeux. La startup propose elle-même des contenus créés en partenariat avec des experts comme Diversidays ou encore Latitudes et propose même une boîte à outils RSE.

100 000 utilisateurs

Autre ambition de la jeune pousse : poursuivre son déploiement à l'international et, pourquoi pas, ouvrir quelques bureaux. *"Nous sommes déjà présents dans 30 pays à travers nos clients. Ecovadis est présente dans 20 pays et lorsqu'elle a déployé notre solution, elle l'a fait au niveau international. Nous avons par exemple traduit en anglais les défis, explique Félix de Monts. Nous nous appuyons sur le réseau de nos partenaires et nos clients pour nouer des liens avec des associations locales"* .

Tous pays confondus, la startup compte vraiment accélérer cette année et vise 500 clients et 100 000 utilisateurs d'ici 18 à 24 mois. Un challenge qui se traduit par de nombreux recrutements au pôle développement, commercial, marketing, impact, etc. La société, qui comptait 25 membres en décembre, a déjà doublé de taille et devrait atteindre les 80 collaborateurs d'ici fin 2022.

La startup pourra aussi compter sur ses investisseurs pour l'aider dans sa croissance. *"Nous avons choisi des fonds à impact qui ont une logique evergreen sans l'être. Evolem Start accompagne des entreprises qui changent les paradigmes comme Luko sans qu'elles soient forcément à impact, c'est aussi cela qui nous intéressait"* , admet-il. Réussir à conjuguer impact et croissance est l'enjeu de taille que s'apprête à relever Vendredi.

Article écrit par Anne Taffin