



LIVRE DE MARQUE GLOBAL COMMUNAUTÉ B CORP

Version : 25.03



Bienvenue!

Les cadres, outils et directives contenus dans ce Livre de Marque Global ont été conçus pour aider B Lab et les entreprises de la communauté B Corp à travailler ensemble, de façon à encourager une stratégie cohérente, constante et différenciée dans la poursuite de notre vision relative au changement du système économique.

CONTENUS INTERACTIFS - CLIQUEZ SUR LES BOUTONS POUR NAVIGUER



LE MOUVEMENT B CO

Vision + Réseau + Mouve

Dans notre système économique mondial actuelle
impact positif, au contraire elles génèrent un im



Utilisez les boutons de
cette page de contenu
interactif pour accéder
directement à la page
qui vous intéresse. Vous pouvez
revenir à cette page à tout moment
en cliquant sur l'icône des trois
traits jaunes dans le coin supérieur
gauche de chaque page.



La marque et le mouvement B Corp

Notre marque est bien plus qu'un logo. Il s'agit d'un ensemble de convictions fondamentales. Une vision. Une promesse. Elle suscite l'engagement par son ton et sa forme. Elle est à la fois inspirée et contrainte par des principes directeurs qui informent nos actions et notre discours.

Vision + Réseau + Mouvement

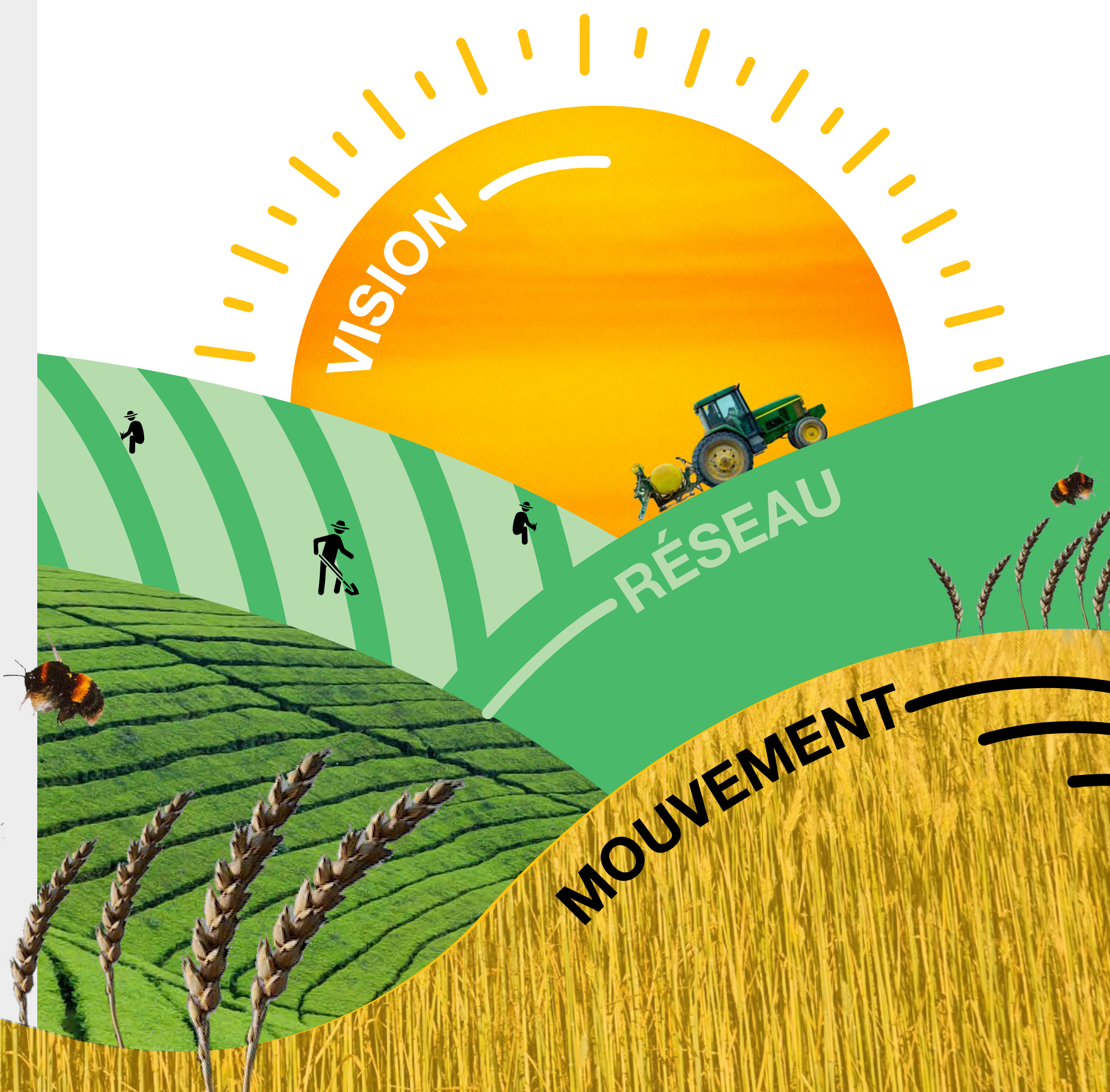
Nous sommes interdépendants. Dans notre système économique actuel, cette réalité est souvent oubliée. Les gains à court terme sont privilégiés par rapport à la valeur à long terme, le profit financier par rapport à l'humain et au vivant, ce qui crée des inégalités, de l'extraction et de la dégradation.

B Lab est convaincu qu'un autre type d'économie est non seulement possible, mais nécessaire, et que les entreprises doivent montrer la voie.

Depuis 2006, nous faisons avancer ce travail dans le monde entier en labellisant des B Corp : des entreprises qui répondent à des standards de performance sociale et environnementale, de responsabilité juridique et de transparence élevées. Les B Corp s'engagent juridiquement à être bénéfiques non plus seulement pour les actionnaires, mais pour toutes les parties prenantes de l'Entreprise -collaborateur.trice.s, client.e.s, collectivité et environnement.

Nous construisons le mouvement B Corp pour changer notre système économique, et pour ce faire, nous devons changer les règles du jeu. Nous créons des standards, des politiques, des outils et des programmes qui font basculer le comportement, la culture et la structure du système économique actuel. Nous mobilisons la communauté B Corp vers une action collective visant à répondre aux défis les plus critiques de la société. Et nous faisons tout cela pour réaliser notre vision d'une économie plus inclusive, plus équitable et plus régénératrice pour tous les humains et pour le vivant dont ils font partie.

[Regarder la vidéo](#)



<div>B Global Network :</div> <div>Nous sommes le réseau à qui transforme l'économie mondiale pour bénéficier à tous les humains et au vivant dont ils font partie.</div>	<div>Nom de la marque :</div> <div>B Lab</div>	<div>Nom de l'organisation centrale :</div> <div>B Lab Global</div>
---	--	---

Nom des organisations partenaires :

<div>B Lab Africa:</div> <div><ul style="list-style-type: none">• B Market Builder Mauritius• B Market Builder South Africa</div> <div>B Lab Australia & Aotearoa New Zealand</div> <div>B Lab Europe:</div> <div><ul style="list-style-type: none">• B Lab Benelux (Belgium, Netherlands & Luxembourg)• B Lab France• B Lab Germany• B Lab Ireland• B Lab Italy• B Lab Nordics (Danmark, Sweden, Finland, Island, Norway & Greenland)• B Lab Portugal</div>	<div><ul style="list-style-type: none">• B Lab Spain• B Lab Switzerland</div> <div>B Lab Hong Kong & Macau</div> <div>B Lab Korea</div> <div>B Lab Singapore</div> <div>B Lab Taiwan</div> <div>B Lab United Kingdom</div> <div>B Lab U.S. & Canada</div> <div>B Market Builder China</div> <div>B Market Builder Japan</div> <div>B Market Builder Southeast Asia</div>	<div>Sistema B Internacional:</div> <div><ul style="list-style-type: none">• Sistema B América Central y Caribe• Sistema B Argentina• Sistema B Brasil• Sistema B Chile• Sistema B Colombia• Sistema B Ecuador• Sistema B México• Sistema B Paraguay• Sistema B Perú• Sistema B Uruguay</div>
---	---	--

<div>Nom du réseau :</div> <div>B Global Network</div>	<div>Nom du mouvement :</div> <div>Mouvement B Corp</div>	<div>Nom de la communauté :</div> <div>Communauté B Corp</div>
--	---	--

B signifie **Bénéfice pour tou.te.s.**
Nous mobilisons le mouvement
B Corp pour changer notre
système économique et avoir
un impact positif sur toutes les
parties prenantes : actionnaires,
collaborateur·trice·s, communautés,
client·e·s, ainsi qu'au vivant dont
nous faisons tou·tes partie.





Communication de marque

Les mots que nous utilisons ont leur importance. La façon dont nous parlons de nous, de nos idées et de notre mouvement mondial a un impact profond sur la façon dont nous sommes compris par le public et la manière avec laquelle nous faisons écho chez eux. C'est pour cette raison que nous mettons à votre disposition ce qui suit pour vous aider à communiquer de manière efficace et cohérente.



B Lab™ est le réseau qui transforme l'économie mondiale pour que celle-ci bénéficie à l'ensemble de la société, aux collectivités, aux humains et au vivant dont ils font partie. Notre réseau international d'organisations mène le changement des systèmes économiques pour soutenir notre vision collective d'une économie plus inclusive, plus équitable et plus régénératrice.

En 2006, nous avons commencé avec la conviction qu'une économie différente était non seulement possible, mais aussi nécessaire, et que les entreprises pouvaient ouvrir la voie à un nouveau modèle axé sur les parties prenantes. Nous nous sommes faits connaître à travers le label d'entreprises **B Corp™**, qui sont des entreprises répondant à des standards élevés en matière de performance sociale et environnementale, de responsabilité et de transparence.

Nous faisons bien plus que cela. Nous construisons le mouvement B Corp pour transformer notre système économique

– et pour ce faire, nous devons changer les règles du jeu. Nous créons des standards, des politiques, des outils et des programmes qui font basculer le comportement, la culture et la structure de l'économie actuelle. Nous mobilisons la communauté B Corp vers une action collective visant à répondre aux défis les plus critiques de la société.

En utilisant la force de l'Entreprise, B Lab a un impact positif sur plus de 150 industries dans plus de 80 pays et les aide à trouver l'équilibre entre profit et raison d'être*. Ensemble, nous faisons basculer notre système économique d'une logique de profit financier en faveur d'une poignée de personnes à des bénéfices pour tous.tes, de la concentration de la richesse et du pouvoir vers une garantie d'équité, de l'extraction vers la régénération, et de l'individualisme vers l'action collective et une interdépendance assumée.

Nous continuerons jusqu'à ce que **toutes les entreprises** soient une force au service du Bien commun.

Ensemble, nous transformons l'économie mondiale pour bénéficier à l'ensemble de la société, à tous les humains et au vivant dont ils font partie.

Ensemble, nous pilotons le changement du système économique qui donnera vie à notre vision d'une économie plus inclusive, plus équitable et plus régénératrice.

Ensemble, nous créons des standards, des politiques, des outils et des programmes qui visent à faire basculer le comportement, la culture et la structure actuelle du système économique.

Ensemble, nous changeons les règles du jeu de façon à ce que toutes les entreprises trouvent l'équilibre entre profit financier et raison d'être.

Ensemble, nous formons un mouvement de personnes utilisant l'Entreprise comme une force positive.

Ensemble, nous continuerons jusqu'à ce que toutes les entreprises deviennent une force au service du Bien commun.





Toutes les B Corp signent la déclaration d'interdépendance dans le cadre de leur labellisation, s'engageant ainsi à incarner les valeurs de la communauté B Corp et à travailler à la réalisation de notre vision collective de l'Entreprise en tant que force au service du Bien commun.

↓ [Télécharger la déclaration d'interdépendance](#)



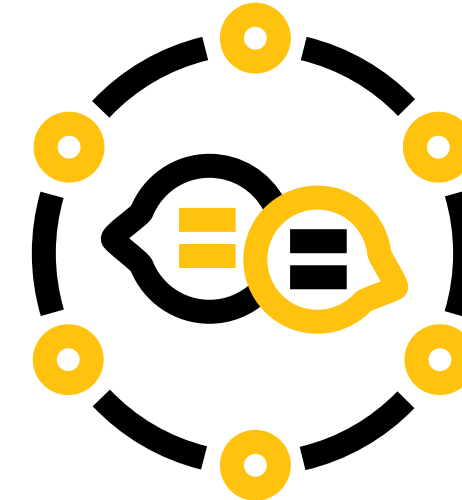
NOUS ENVISAGEONS UNE ÉCONOMIE GLOBALE QUI UTILISE L'ENTREPRISE COMME FORCE AU SERVICE DU BIEN COMMUN. CETTE ÉCONOMIE EST CONSTITUÉE D'UN NOUVEAU TYPE D'ENTREPRISE, L'ENTREPRISE B CORP, QUI EST GUIDÉE PAR UNE MISSION ET QUI CRÉE DES BÉNÉFICES POUR TOUTES SES PARTIES PRENANTES ET PAS UNIQUEMENT SES ACTIONNAIRES. EN TANT QU'ENTREPRISES B CORP ET MOTRICES DE CETTE ÉCONOMIE ÉMERGENTE, NOUS CROYONS QUE : NOUS DEVONS ÊTRE LE CHANGEMENT QUE NOUS SOUHAITONS VOIR DANS LE MONDE; TOUTES LES ENTREPRISES DOIVENT ÊTRE MENÉES COMME SI LES PERSONNES ET LES LIEUX AVAIENT DE L'IMPORTANCE; À TRAVERS LEURS PRODUITS, PRATIQUES ET PROFITS, LES ENTREPRISES DOIVENT ASPIRER À NE FAIRE AUCUN MAL ET APPORTER UN BÉNÉFICE À TOUS.TES. POUR CE FAIRE, IL EST NÉCESSAIRE QUE NOUS AGISSIONS EN TENANT COMPTE DU FAIT QUE NOUS DÉPENDONS TOUS.TES LES UN.E.S DES AUTRES ET QUE NOUS SOMMES DONC RESPONSABLES LES UN.E.S DES AUTRES ET DES GÉNÉRATIONS FUTURES.

La voix du mouvement B Corp et de la marque B Lab est positive, inclusive, et crédible. Lorsque vous annoncez ou que vous parlez de votre labellisation et que vous travaillez en tant que B Corp, merci de suivre ces principes :



Positive

Nous célébrons les entreprises qui en font plus pour les humains et le vivant dont ils font partie en partageant leurs succès et en montrant comment elles s'efforcent de s'améliorer avec l'aide de nos outils et de nos standards. Nos communications ne blâment pas et ne suscitent pas la peur, mais sont ancrées dans l'optimisme et le réalisme, et mettent en valeur tout ce que nous pouvons faire ensemble pour faire évoluer les systèmes économiques.



Inclusive

Nous nous efforçons d'accélérer le changement de la culture des entreprises à travers le monde en veillant à ce que toutes les voix soient incluses dans la conversation. Nos communications sont centrées sur la justice, l'équité, la diversité et l'inclusion, favorisant la compréhension et la solidarité avec les acteur.trice.s et les parties prenantes du monde des affaires qui ont traditionnellement été exclu.e.s des conversations et des prises de décision dans le monde de l'Entreprise.

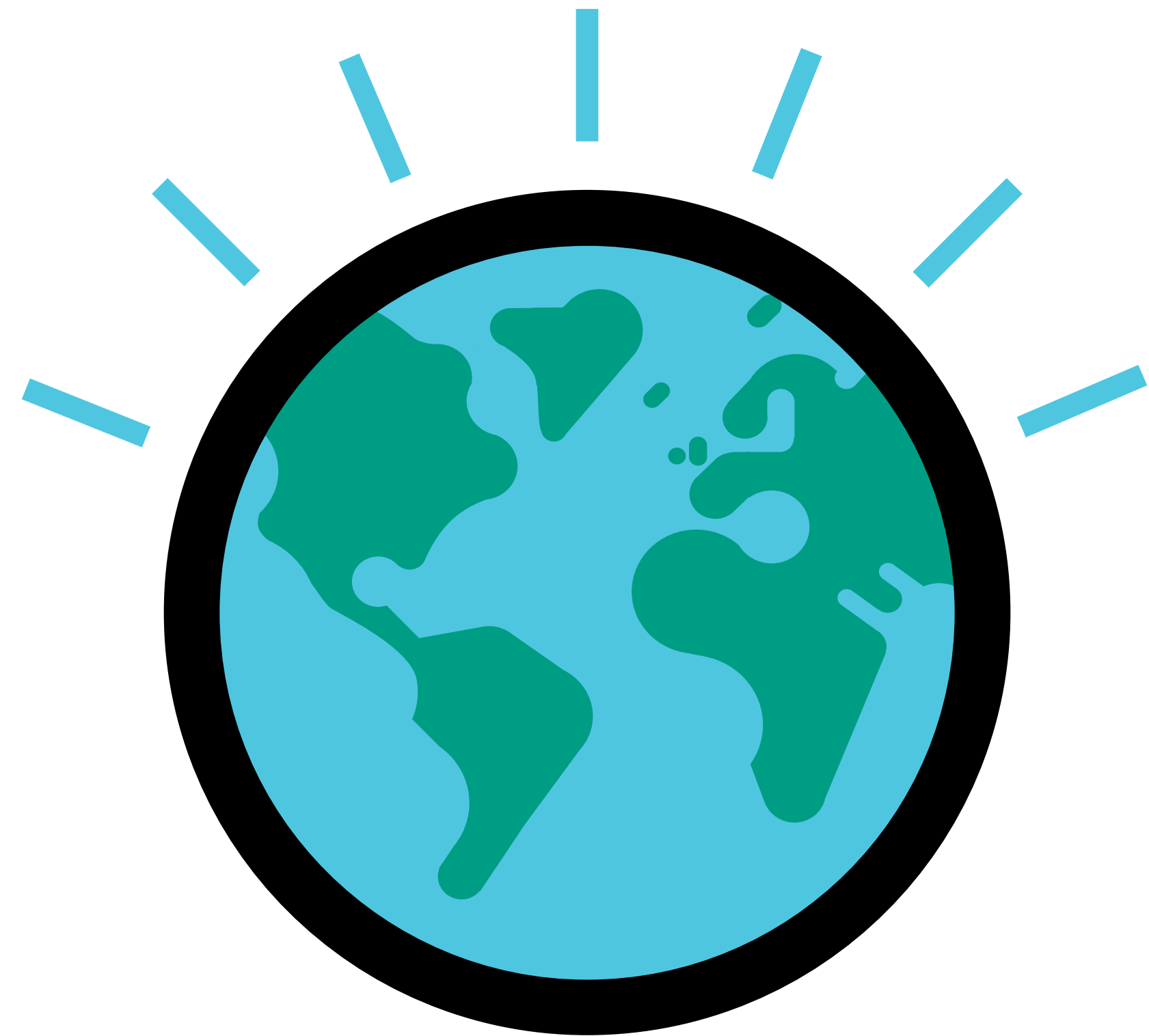


Crédible

B Lab est une voix majeure dans le domaine du pilotage et de la mesure de l'impact global des entreprises. Comme l'ensemble de notre travail, nos communications s'appuient sur les standards rigoureux et en constante amélioration de B Lab. L'espoir et l'optimisme de notre récit sont ancrés dans la crédibilité et la responsabilité.

Félicitations pour votre obtention du label B Corp !

Votre entreprise appartient désormais à une communauté d'entreprises qui prônent la transformation du système économique mondial. En tant que B Corp, vous voudrez partager votre réussite avec le monde entier. Voici quelques lignes directrices à suivre pour communiquer votre labellisation, en mettant l'accent sur la communauté, l'interdépendance et l'amélioration continue.





COMMUNICATION DE MARQUE - COMMENT COMMUNIQUER SUR B CORP ?



Vous pourriez vouloir dire :



Ce que vous devez dire à la place :



Pourquoi pas...

En tant que B Corp, nous respectons les normes les plus élevées en matière d'impact social et environnemental.

En tant que B Corp, nous faisons partie d'une communauté mondiale d'entreprises qui respecte des normes sociales et environnementales élevées.

...“plus élevées” ? :

Être une B Corp, ce n'est pas être le la meilleur.e. Il s'agit de toujours travailler pour être meilleur. C'est la raison pour laquelle B Lab travaille à l'évolution de ses standards et qu'une entreprise B Corp est réévaluée tous les trois ans pour s'assurer qu'elle suit le mouvement et s'améliore continuellement.

Nous sommes la première/la plus grande/la seule entreprise du type XYZ/du secteur XYZ/de la région/du pays à être une entreprise B Corp.

En tant que B Corp dans l'industrie XYZ, nous faisons partie des entreprises qui mènent un mouvement mondial en faveur d'une économie plus inclusive, plus équitable et plus régénératrice.

...“La première” ou “la seule” ? :

Une seule entreprise ne peut pas assumer à elle seule le changement de tous les systèmes économiques, c'est pourquoi les entreprises B Corp se rassemblent au sein d'un mouvement de premier plan. Plutôt que d'isoler votre entreprise, mettez l'accent sur la force collective de la communauté mondiale que vous venez de rejoindre.

Nous avons été récompensés par la certification B Corp.

Nous sommes maintenant une B Corp /
Notre entreprise est maintenant labellisée B Corp.

...“récompensées” ?

B Corp n'est pas une récompense - c'est le début d'un voyage vers l'amélioration continue et l'action collective.

Nous avons maintenant la certification B Corp.

Nous sommes désormais une entreprise B Corp /
Notre entreprise est désormais labellisée B Corp.

...“certifiée” ou “certification” ?

En France, une certification est délivrée par un organisme reconnu par l'Etat. B Corp est délivré par l'organisation internationale B Lab. Nous privilégions le terme de label et de labellisation.



Sur la labellisation B Corp

Le label B Corp signifie qu'une entreprise a été vérifiée comme répondant aux standards élevés de B Lab en matière d'impact social et environnemental, qu'elle a pris un engagement juridique envers la gouvernance de ses parties prenantes et qu'elle fait preuve de responsabilité et de transparence en divulguant publiquement ce bilan de performance dans son profil B Corp.

Pour plus de détails sur la manière dont les marques d'une entreprise B Corp peuvent communiquer sur la labellisation, [voir la section sur l'utilisation autorisée](#).

Sur le maintien du label et l'amélioration continue

En se labellisant, une entreprise B Corp s'inscrit dans un cadre d'amélioration continue. Pour conserver leur label B Corp, les entreprises doivent se soumettre au processus d'évaluation et de vérification tous les trois ans, afin de prouver qu'elles respectent toujours les standards de B Lab - qui sont eux-mêmes en constante amélioration, grâce à l'apport continu de parties prenantes expertes.

Sur la gouvernance des parties prenantes

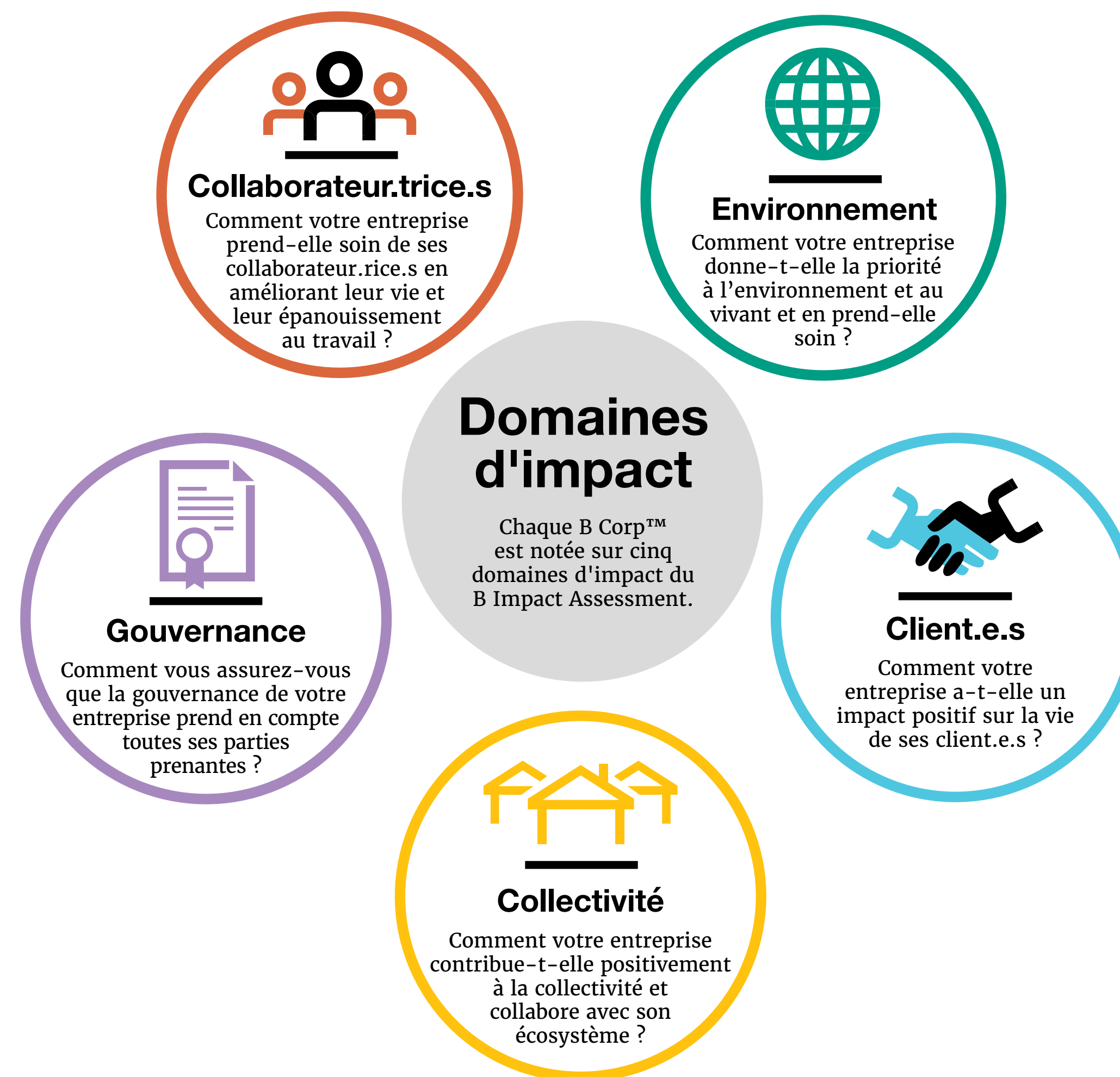
La gouvernance des parties prenantes est une alternative croissante à la primauté de l'actionnaire - la doctrine dominante du capitalisme qui pousse les entreprises à privilégier le profit financier avant tout, ce qui entraîne des inégalités, des atteintes à l'environnement et une fragmentation sociale. Les B Corp s'engagent à prendre en compte les intérêts de toutes les parties prenantes dans leurs opérations et à travers leurs modèles: les collaborateur.trice.s, les client.e.s, les collectivités et l'environnement.

Un engagement collectif pour l'amélioration des standards et le changement des systèmes économiques

La labellisation B Corp ne signifie pas qu'une entreprise est parfaite, ni qu'elle a atteint son impact le plus élevé. Elle montre qu'elle fait partie d'une communauté mondiale d'entreprises qui travaillent collectivement pour le changement du système économique et que, pour rester engagée dans ce travail, elle doit respecter des normes croissantes en matière de performances sociales et environnementales.

En tant que B Corp, vous aurez de belles histoires à raconter sur votre parcours vers le label. En plus d'expliquer la labellisation B Corp et ce qu'elle signifie pour vous, vous pouvez montrer à votre public la différence que vous faites chaque jour en coulisses. Besoin d'inspiration? Laissez-vous guider par les cinq domaines d'impact de B Lab.

[↓ Télécharger le diagramme des domaines d'impact pour l'utiliser dans vos communications.](#)





Entreprise B Certifiée™

Les Entreprises B Certifiées, ou B Corp, sont des entreprises répondant à des standards élevés en matière de performance sociale et environnementale, de responsabilité et de transparence. Ce nom est toujours appelé "B Corp", avec un espace, et non "B-Corp" ou "BCorp".

Mouvement B Corp™

Le mouvement B Corp est un mouvement international de personnes utilisant l'Entreprise comme force au service du Bien commun. Ensemble, nous faisons basculer notre système économique d'une logique de profit en faveur d'une poignée de personnes vers un bénéfice pour tou.te.s, de la concentration de la richesse et du pouvoir vers une garantie d'équité, de l'extraction vers la régénération, et de la priorité donnée à l'individualisme vers l'adhésion à l'interdépendance.

B Lab™

B Lab est l'organisation à but non lucratif qui transforme l'économie mondiale pour que celle-ci bénéficie à l'ensemble de la société, aux collectivités, à tous les humains et au vivant dont ils font partie. Nous créons des standards, des politiques, des outils et des programmes qui font basculer le comportement, la culture et la structure de l'économie actuelle. Nous mobilisons la communauté B Corp mondiale vers une action collective visant à répondre aux défis les plus critiques de la société, et nous collaborons avec les pouvoirs publics, le monde académique, des coalitions et d'autres institutions pour piloter le changement des systèmes économiques.

B Global Network

Sous la marque B Lab, le B Global Network (B Lab Global et les partenaires mondiaux incluant Sistema B™ en Amérique latine) est constitué d'un groupe unifié d'organisations mondiales, régionales et nationales couvrant six continents. Notre réseau international d'organisations mène le changement des systèmes économiques pour soutenir notre vision collective d'une économie plus inclusive, plus équitable et plus régénératrice.

B Lab Global

B Lab Global coordonne le réseau global (B Global Network) pour construire le mouvement B Corp, notamment à travers un plan stratégique général visant à assurer que le réseau est aligné sur des objectifs et résultats partagés afin d'entraîner un changement des systèmes économiques. B Lab Global facilite la communication et la collaboration à travers les régions et entre équipes ; développe, gère et vérifie les standards B Corp ; soutient à mettre en place des politiques mondiales ; et développe de nouveaux programmes et produits.

Partenaires mondiaux

Les partenaires mondiaux alimentent le mouvement B Corp au niveau local, partout dans le monde. Ils font grandir, impliquent et mobilisent leurs communautés B Corp régionales, des écosystèmes et des partenariats, et en retour, ils rendent leurs économies locales plus inclusives, plus équitables et plus régénératrices. Les partenaires mondiaux donnent vie à notre théorie du changement en encourageant des transformations politiques auprès de leurs gouvernements, en donnant de l'ampleur aux histoires crédibles d'entreprises agissant comme une force au service du Bien commun, et en transformant le comportement des entreprises de leurs régions.

Les standards de B Lab

Les standards sociaux et environnementaux de B Lab définissent la façon dont les entreprises peuvent être une force au service du Bien commun. Fondés sur l'avis des parties prenantes, des recherches et des bonnes pratiques établies, ces standards forment la base des exigences de la labellisation B Corp et des outils de pilotage de l'impact de B Lab. De plus, ils donnent un cadre aux programmes et aux actions collectives du réseau. Supervisés par le Standard Advisory Council de B Lab, ces derniers aident les entreprises à améliorer, mesurer et piloter leur impact sur la société, sur tous les humains et le vivant dont ils font partie.

Gouvernance des parties prenantes

La gouvernance des parties prenantes est la pratique visant à valoriser les parties prenantes d'une entreprise, c'est-à-dire ceux qui sont impactés par les activités d'une entreprise, autant que les actionnaires. Les entreprises bâties sur ce principe mesurent le succès lorsque de la valeur est créée pour toutes les parties prenantes, et croient en une économie qui favorise les affaires et investissements qui s'appuient sur une valeur sociale et environnementale, reconnaissant l'interdépendance des humains, du vivant et de l'économie.

Économie régénératrice

Une économie régénératrice est une économie fonctionnant avec des limites sûres et justes, à l'intérieur desquelles le système Terre restera stable et pourra maintenir la vie, où toutes les personnes pourront accéder aux ressources de base, comme la nourriture, la santé, ou la paix et la justice, et seront protégées contre les dommages causés au vivant dans son ensemble. Pour parvenir à des limites sûres, il est essentiel de restaurer (c'est-à-dire de rétablir de façon permanente un écosystème) et de régénérer les ressources naturelles (c'est-à-dire de prendre des mesures pour accroître les fonctions biophysiques des écosystèmes). L'agriculture régénératrice, par exemple, contribue à créer des sols plus sains, à préserver l'eau propre, à soutenir la biodiversité et à capturer davantage de dioxyde de carbone (CO₂) dans l'atmosphère, créant ainsi un environnement plus sain et plus résilient pour tous·tes.



Benefit Corporations

Une Benefit Corporation est un type de structure juridique pour les entreprises, qui crée une fondation solide pour l'alignement de la mission sur le long terme et la création de valeur pour les parties prenantes. Il ne s'agit pas d'une certification et ce statut n'est disponible que dans les régions ayant adopté une législation relative aux Benefit Corporations. Pour devenir une Benefit Corporation, une entreprise doit opérer dans une région où ce statut est disponible. Certaines entreprises sont à la fois des entreprises B Corp et des Benefit Corporations, et la structure de Benefit Corporation satisfait aux exigences de responsabilité juridique de la labellisation B Corp. Il existe d'autres structures juridiques présentant des caractéristiques spécifiques similaires dans d'autres parties du monde. Pour plus d'informations, visitez le site bcorporation.net.

Antiracisme

L'antiracisme va au-delà du fait de ne pas être raciste et inclut l'opposition active au racisme et le travail de démantèlement du racisme systémique. Voici la position organisationnelle de B Lab sur l'antiracisme : « En tant qu'organisation, nous nous opposons au racisme, ainsi qu'à toutes les formes d'oppression, y compris la transphobie, le classisme, le sexisme et la xénophobie. Nous nous engageons à une action ciblée et soutenue pour démanteler les systèmes, politiques, pratiques et idéologies racistes en notre sein et au sein de nos réseaux. Tandis que nous continuons à lever le voile sur les injustices, nous adhérons à une réorientation radicale de notre conscience et nous serons à l'écoute des voix des personnes racisées, ainsi que celles des personnes marginalisées, afin de catalyser des résultats équitables pour tou.te.s. »

Justice, Équité, Diversité et Inclusion (JEDI) :

Justice : concept relatif à des relations justes entre l'individu et la société. Fait de faire tomber les barrières qui entravent l'accès aux ressources et aux opportunités dans la société de façon à ce que les individus et les communautés puissent vivre une vie digne et épanouie.

Équité : fait de répartir les ressources de façon à assurer que chacun.e a accès aux mêmes opportunités. L'équité reconnaît que les avantages et les barrières existantes et elle travaille à éliminer les obstacles qui empêchent une participation complète des personnes qui en sont victimes. Le principe d'équité reconnaît qu'il existe des populations historiquement défavorisées et sous-représentées, et qu'une meilleure considération de ces conditions déséquilibrées est nécessaire.

Diversité : différences psychologiques, physiques, culturelle et sociales qui existent entre chacun des individus et tous les individus ; cela inclut, sans s'y limiter, l'identité ethno-raciale, la nationalité, les convictions religieuses, le statut socio-économique, l'éducation, l'état matrimonial, la langue, l'âge, l'identité de genre, l'orientation sexuelle, la capacité physique ou mentale, ainsi que les styles d'apprentissage. La diversité ne concerne pas uniquement l'identité ethno-raciales.

Inclusion : fait de promouvoir un sentiment d'appartenance à travers la mise au centre, la valorisation et l'amplification des voix, perspectives et styles de celles et ce qui connaissent davantage de barrières du fait de leur identité ou de leur situation. Acte volontaire consistant à créer des environnements dans lesquels tout individu ou groupe peut se sentir accueilli, respecté, pris en compte dans ses besoins, soutenu et valorisé. Un climat inclusif et accueillant adhère aux différences et offre du respect et de l'attention dans les mots / actions / pensées de toutes les personnes.

Justice climatique

La justice climatique reconnaît que ceux qui sont les moins responsables du changement climatique sont les plus susceptibles d'en subir les plus graves conséquences. La justice climatique met au premier plan les besoins, les voix et le leadership de ceux.celles qui sont le plus affecté.e.s, plaçant les personnes et l'équité au centre de l'action et du plaidoyer climatique.

B Impact Assessment™

Le B Impact Assessment (BIA) est une plateforme confidentielle et gratuite conçue pour vous aider à mesurer, à piloter et à améliorer l'impact positif de votre entreprise sur vos collaborateur·rice·s, votre écosystème, vos client.e.s et l'environnement.

SDG Action Manager

Développé par B Lab et le Pacte mondial des Nations Unies, le SDG Action Manager est une solution de gestion d'impact qui permet aux entreprises de passer à l'action pour atteindre les objectifs de développement durable (ODD) d'ici 2030.

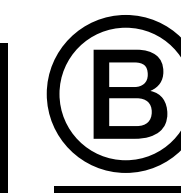
Le SDG Action Manager permet une auto-évaluation dynamique, une analyse comparative et des solutions d'amélioration à travers une série de questions, de guides et de scores de performance liés aux objectifs de développement durable et aux dix principes du pacte mondial de l'ONU dans les domaines des droits humains, du travail, de l'environnement et de l'anti-corruption. Il s'agit d'un outil d'auto-évaluation confidentiel qui est gratuit et facile à utiliser pour tous les types d'entreprises.



Nous demandons à tou.te.s d'utiliser le symbole TM ou ®, selon le cas, après la première utilisation des phrases suivantes dans le corps du texte ou dans les titres.

- B Lab -----> TM
- Certified B Corporation -----> TM
- B Corp -----> TM
- Sistema B -----> TM
- Empresa B Certificada -----> TM
- B Impact Assessment -----> TM
- People Using Business as a Force for Good* -----> ®

*B Lab possède une marque déposée pour “People Using Business as a Force for Good”. Un symbole déposé ® peut être utilisé avec l'ensemble de ce slogan. Si vous utilisez une version plus courte du slogan, le symbole TM est approprié.



Une note d'information a été ajoutée au site web de B Lab en février 2024 pour répondre aux questions de certains marchés sur la nature du label B Corp, en particulier : la labellisation B Corp est-elle délivrée ou avalisée par une entité gouvernementale ou officielle ?

À partir du 6 mai 2024, toutes les entreprises B Corp ayant des activités en Italie devront placer une clause de non-responsabilité sur leur site web dans la section où le statut de B Corp est divulgué pour la première fois. Si vous utilisez le logo Certified B Corporation sur votre page d'accueil ou dans le pied de page de votre site web, vous devez soit inclure le texte intégral à côté du logo, soit ajouter un lien bien visible sous le logo qui indique "Note d'information" et qui renvoie les utilisateurs à une page où la clause de non-responsabilité est facilement visible - par exemple, une page décrivant votre engagement B Corp.

D'autres B Corp peuvent également reproduire cet avis sur leur propre site web si elles souhaitent apporter des éclaircissements supplémentaires sur la nature juridique du label B Corp et sa complémentarité avec les réglementations de l'UE.



Note d'information

Le logo "Certified B Corporation" est attribué par B Lab, une organisation privée à but non lucratif, aux entreprises qui, comme la nôtre, ont réalisé avec succès le B Impact Assessment ("BIA") et répondent aux exigences de B Lab en matière de performance sociale et environnementale, de responsabilité et de transparence.

Il est précisé que B Lab n'est pas un organisme d'évaluation de la conformité au sens du règlement (UE) n° 765/2008, ni un organisme de normalisation national, européen ou international au sens du règlement (UE) n° 1025/2012. Les critères du BIA sont distincts et indépendants des standards harmonisés issus des normes ISO ou d'autres organismes de normalisation, et ils ne sont pas ratifiés par des institutions publiques nationales ou européennes.



Identité visuelle

Vous trouverez ici des instructions détaillées sur la façon d'utiliser correctement les symboles de notre marque. Un respect minutieux des normes de notre marque assurera de la cohérence de nos messages à travers le monde.



Vue d'ensemble

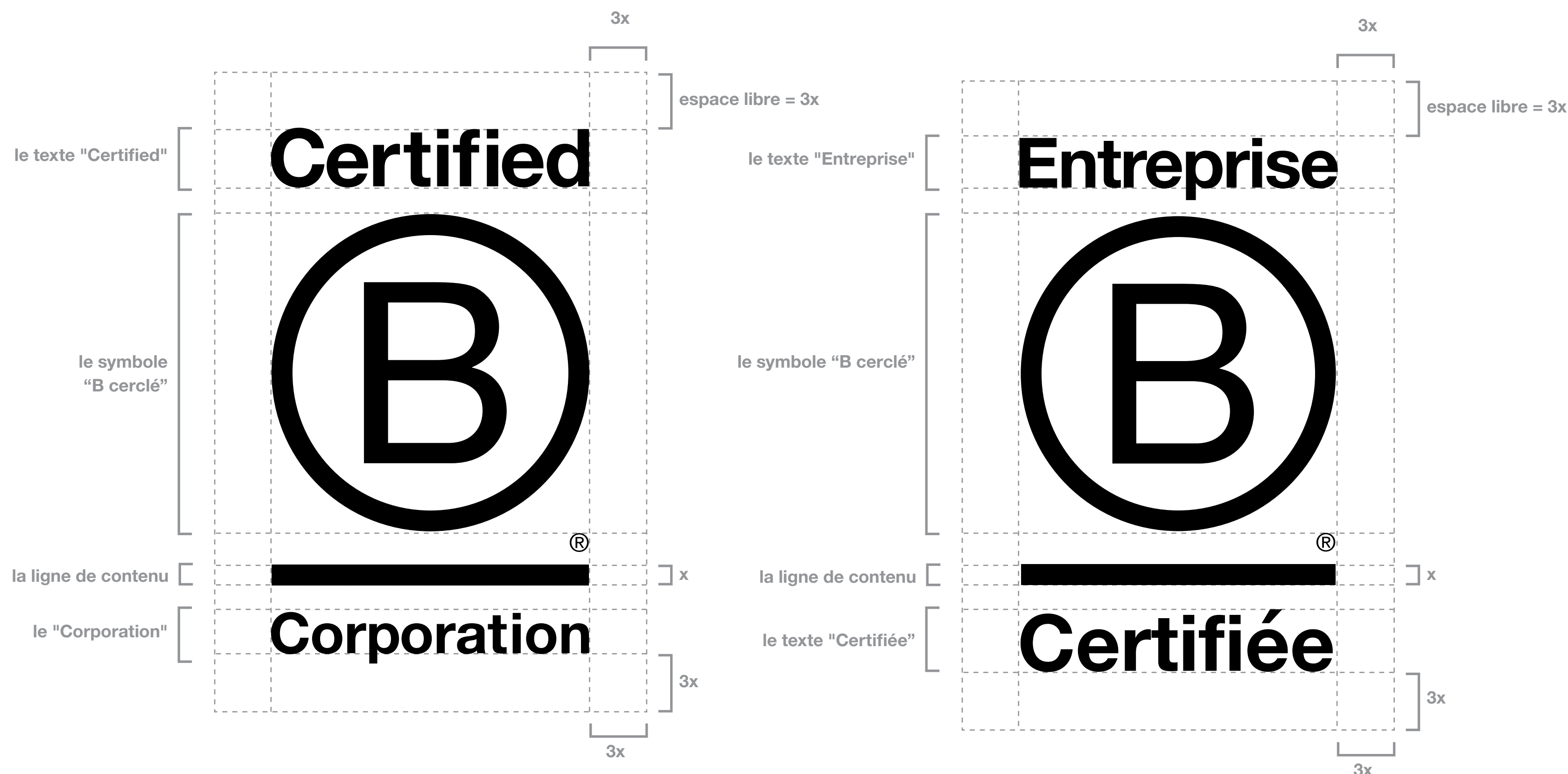
La marque B Corp ne peut être utilisée que par des entreprises labellisées par B Lab. Les B Corp et leurs marques qui ont été vérifiées et approuvées par B Lab peuvent utiliser le symbole sur leurs sites web, emballages, publicités et marketing.*

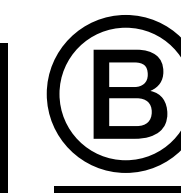
Le symbole B Corp est composé de cinq éléments qui doivent toujours être utilisés ensemble :

- le symbole "B cerclé"
- la ligne de contenu (barre)
- le texte "Certified"/"Certifiée"
- le texte "Corporation"/"Entreprise"
- le symbole déposé

Il doit toujours apparaître dans ce format. Aucun texte ou graphique supplémentaire graphique ne doit empiéter sur l'espace libre du symbole.

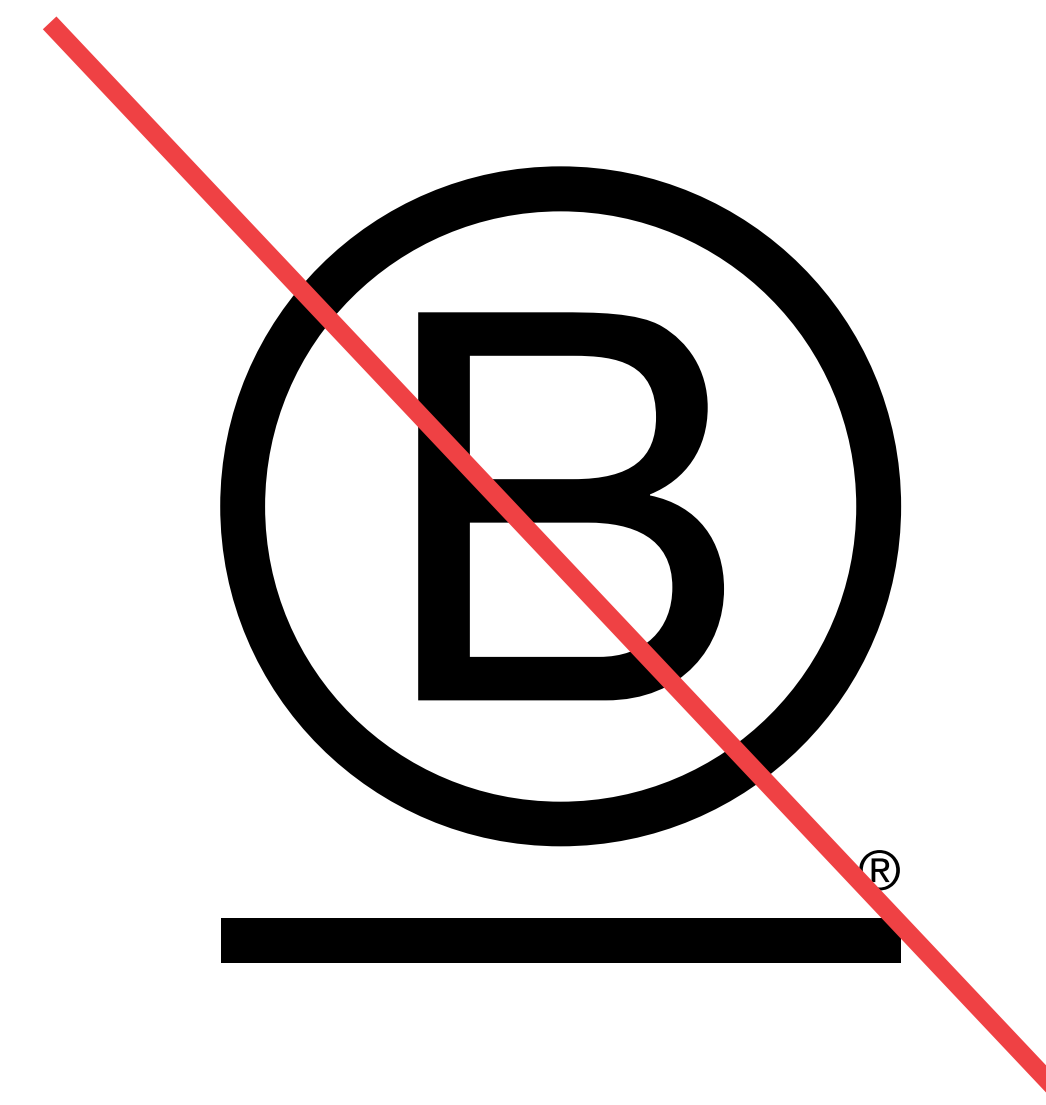
*Les entreprises possédant plusieurs marques ou entités liées doivent se référer aux conseils spécifiques de B Lab sur l'utilisation des symboles, qu'elles recevront au cours du processus d'examen.

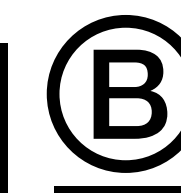




Le « B cerclé »

Les B Corp ne peuvent utiliser que le symbole de marque complet, et non le "B cerclé" et la barre. Il s'agit d'une marque commerciale utilisée exclusivement par B Lab.





Placer la barre haut

Le symbole "B cerclé", qui comprend un cercle avec la lettre "B" à l'intérieur et une ligne de contenu juste en dessous, est le fil conducteur des diverses initiatives qui constituent le mouvement B Corp. Ils favorisent la reconnaissance et la sensibilisation croisée de nos marques, produits et initiatives, ce qui les rend plus forts et leur permet d'avoir un impact maximal. C'est pourquoi il est si important d'utiliser la version correcte du symbole Certified B Corporation.

Version 2007-2008



Version 2008-2009



Version 2009-2018



Logo officiel 2018-présent



Couleur du logo de B Corp

Le logo B Corp doit toujours être clair et visible. Évitez de le placer sur des arrière-plans chargés qui pourraient nuire à sa visibilité.

Afin de maintenir la cohérence qui maximise la reconnaissance et la sensibilisation, le logo “Certified B Corporation” ne doit être utilisé qu'en noir ou en blanc.

[↓ Télécharger le logo](#)





Variations officielles à l'international

1.



2.



3.



1. Anglais

2. Français

3. Canadien français*

4. Italien

5. Allemand

6. Espagnol / Portugais

4.



5.



6.



[↓ Télécharger les logos](#)

* La version canadienne-française de la marque est limitée à l'utilisation sur le marché canadien.



Dimensions

Pour assurer la lisibilité du logo B Corp, des tailles sont recommandées. Une taille minimale de 50 pixels de hauteur pour les bannières Web et les en-têtes de courrier électronique, 72 pixels de hauteur pour les pages Web, taille minimum de 8 mm pour les matériaux imprimés et une taille minimum recommandée de 11 mm pour les matériaux imprimés.

Conservez toujours l'espace libre minimum, même lorsque vous redimensionnez proportionnellement le logo.

***Pour les emballages et les impressions de très petite taille, pour lesquels la taille minimale requise ne convient pas, merci de contacter brand@bcorporation.net pour discuter des options.**

taille minimale

8mm



taille minimale recommandée

11mm



Taille minimale requise pour les documents imprimés :

Logo de 8 mm ou 11 mm pour :

- les affiches
- livrets
- cartes postales / flyers
- packaging de produit

50px



72px



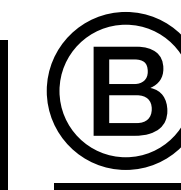
Taille minimale requise pour la visualisation sur écran :

Logo de 50 pixels utilisée pour :

- newsletter mail
- pied de page de présentation
- bannière site web

Logo de 72 pixels utilisée pour :

- page web

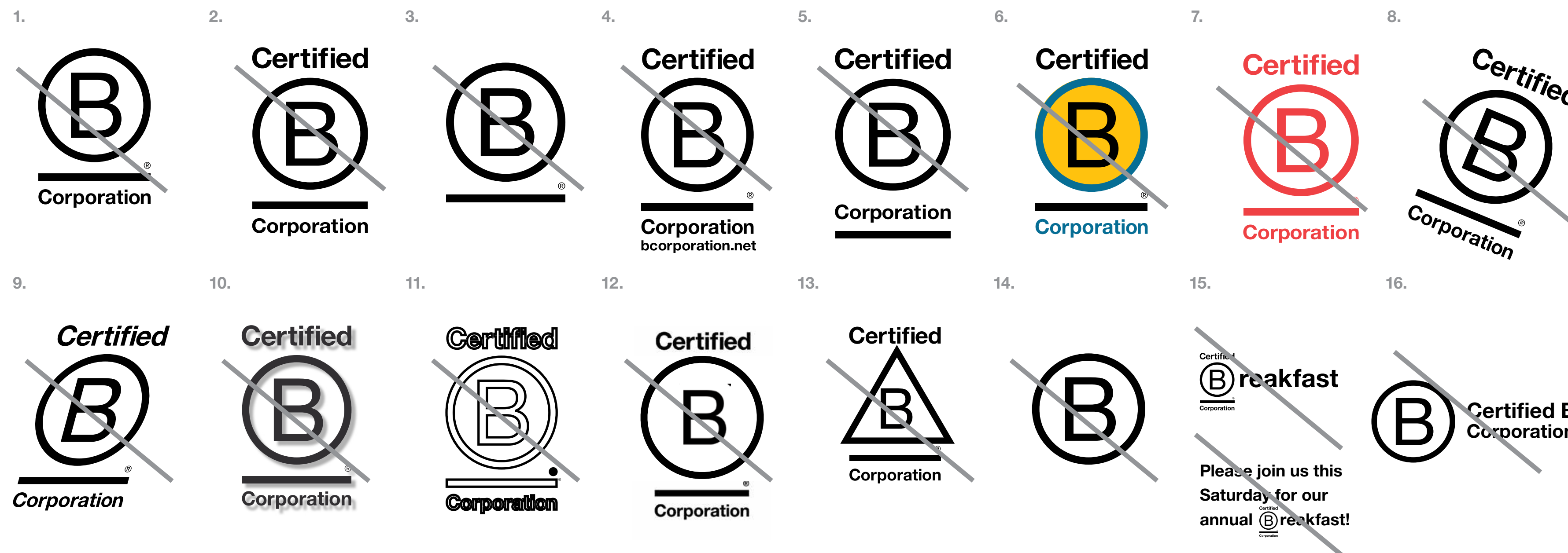


Utilisation incorrecte

Afin de construire une identité visuelle forte pour les entreprises B Corp, il est essentiel d'utiliser la marque B Corp de façon cohérente et correcte. Voici quelques exemples d'utilisation incorrecte de la marque. Les incohérences dans l'apparence de la marque affaiblissent sa valeur.

Ne retirez JAMAIS la marque de dépôt (trademark/copyright). Ne combinez le logo avec aucun autre élément : logos, mots, éléments graphiques, photos, slogans ou symboles qui pourraient créer une marque hybride. Conservez la forme et les proportions pour garantir une utilisation précise et cohérente. Ne modifiez pas, ne tournez pas, n'embellissez pas et ne tentez pas de recréer la marque.

Voici quelques exemples d'utilisation incorrecte de la marque B Corp.



1. Ne pas supprimer l'un des cinq éléments de la marque.
2. Ne pas utiliser sans le symbole ®.
3. Cette marque est réservée à l'usage du B Global Network et non des entreprises B Corp.
4. Ne pas utiliser le logo avec "bcorporation.net" sous la ligne de contenu.
5. Ne pas faire figurer la ligne de contenu sous le texte "Corporation".
6. Ne pas changer ou modifier les couleurs des éléments individuels de la marque.
7. Ne recolorez pas le logo, il ne doit être utilisé qu'en noir ou en blanc.
8. Ne pas faire pivoter ou incliner la marque.

9. N'inclinez pas ou ne déformez pas la marque de quelque manière que ce soit.
10. N'utilisez pas d'ombres portées, de biseaux ou d'effets graphiques d'aucune sorte.
11. N'utilisez pas la marque en mode outline. (Pas de ligne de clé autour du caractère).
12. Ne modifiez pas la taille d'un élément.
13. Ne modifiez pas la forme d'un élément.
14. Ne pas supprimer le texte ou la ligne de maintien de la marque.
15. Ne pas utiliser la marque pour remplacer la lettre B dans un mot ou une phrase.
16. Ne pas utiliser ou créer des versions horizontales de la marque B Corp.

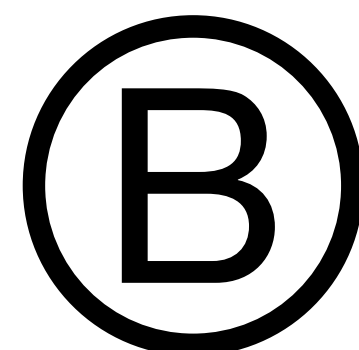
Les versions du logo B Corp avec textes d'appui (lockups) seront mises à jour dans le livre de marque global qui sera publié en janvier 2026. Les lockups actuels seront retirés et devront être remplacés sur tous les supports qui resteront sur le marché en septembre 2026.

Textes d'appui

En plus d'afficher la marque B Corp seule, vous avez la possibilité d'utiliser ces versions alternatives avec des textes d'appui. Afin d'offrir une certaine souplesse dans la communication des messages, nous proposons trois textes d'appui qui soulignent différents aspects du mouvement B Corp. Vous pouvez les utiliser pour fournir plus d'informations à votre public sur ce que signifie le label B Corp, ou pour soutenir le matériel de marque lié à votre démarche B Corp*. Notez que le logo avec texte d'appui doit être placé dans le coin inférieur de tout matériel promotionnel - par exemple, les publicités, les vitrines. Il peut également être utilisé sur les emballages si l'espace le permet, en veillant à ce qu'il soit lisible et que la marque B Corp ne soit pas plus petite que la taille minimale indiquée à la page 27.

[↓ Télécharger les textes d'appui](#)

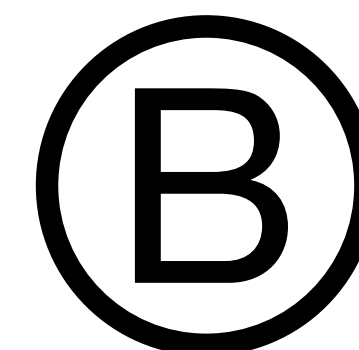
Entreprise



Certifiée

Cette entreprise respecte des normes sociales et environnementales élevées.

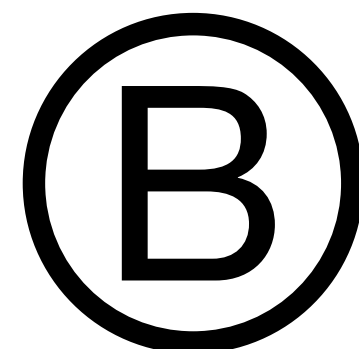
Entreprise



Certifiée

Cette entreprise fait partie d'un mouvement mondial vers une économie plus inclusive, plus équitable et plus régénératrice.

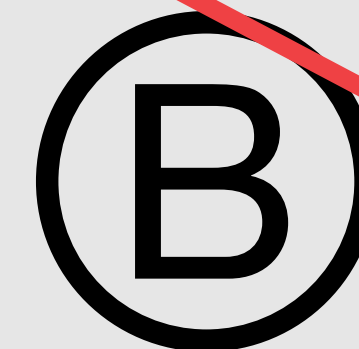
Entreprise



Certifiée

Cette entreprise s'engage à rendre des comptes à ses parties prenantes, à faire preuve de transparence et s'inscrit dans une démarche de progrès.

Entreprise



Certifiée

Cette entreprise répond aux normes les plus rigoureuses en matière d'impact social et environnemental.

Version Pre-2021



Propriété intellectuelle

La propriété intellectuelle de B Lab, notamment les noms “Certified B Corporation™,” “B Corporation™,” “B Corp™,” et le logo “Certified B Corporation™” (...) sont des marques déposées. Seules les entreprises labellisées B Corp sont autorisées à utiliser cette PI dans le but d'informer le public que la société est membre de la communauté B Corp™, d'une manière compatible avec les directives de marque suivantes. Pour résoudre tout doute concernant l'utilisation de la propriété intellectuelle, merci de contacter brand@bcorporation.net

TM



Entité indépendante labellisée avec une marque unique :

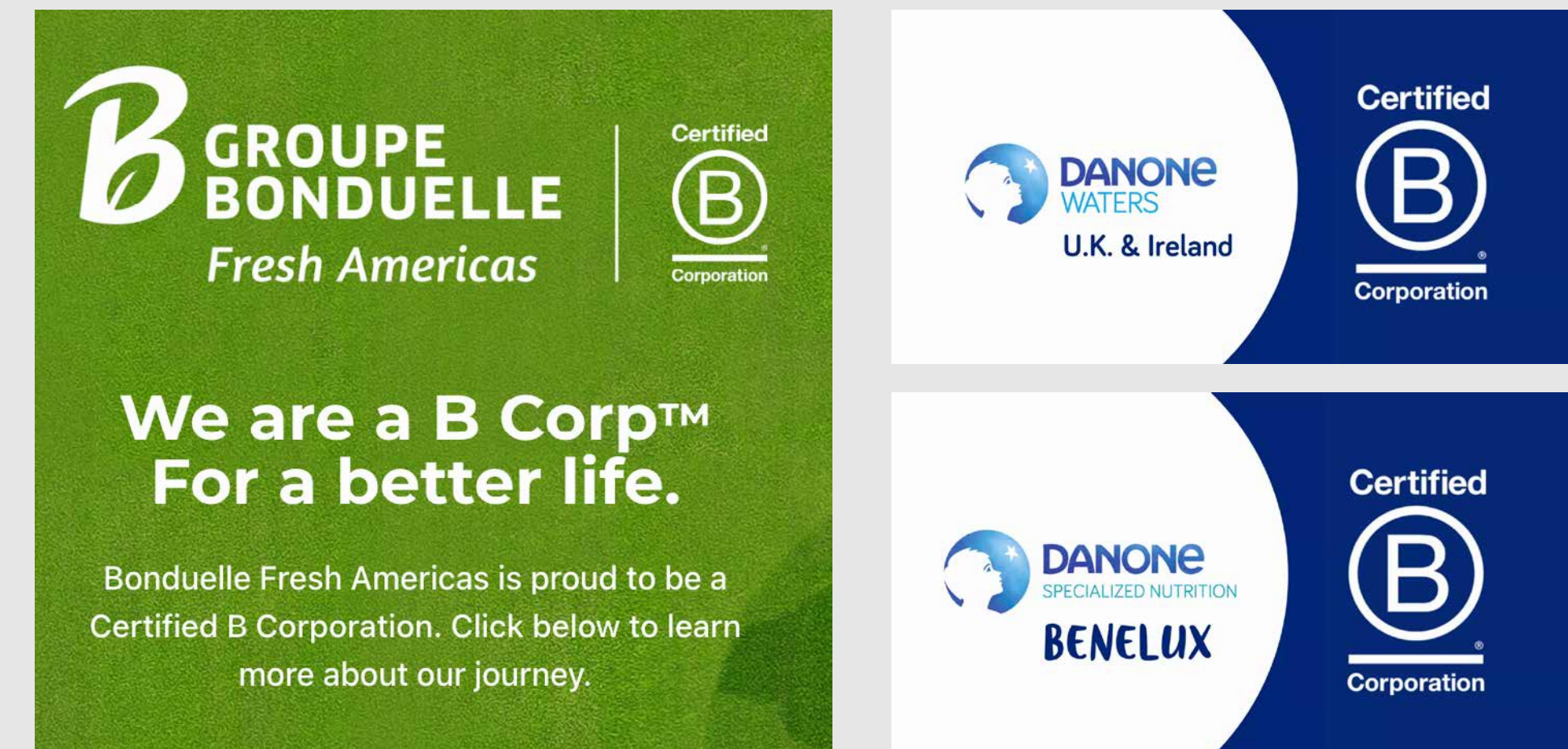
- Peut utiliser le logo B Corp conformément aux directives de la marque et se désigner comme une entreprise B Corp / B Corp / membre de la communauté B Corp.

Filiale labellisée d'une entreprise mère non labellisée :

Les entités labellisée qui sont des filiales avec un nom ou une géographie* différents de leur société mère non labellisée ou de leurs entités affiliées

- Peuvent utiliser le logo B Corp conformément aux directives de marque et se désigner comme une entreprise B Corp / B Corp / membre de la communauté B Corp.

Exemples de filiales labellisées dont la géographie est différente de celle de la société mère non labellisée.





Les marques dont le nom diffère de celui du parent labellisé :

Pour les marques qui ont obtenu une labellisation indépendante de la société mère (par exemple, qui ont leur propre [Profil B Corp](#)):

- Peuvent utiliser le logo B Corp conformément aux directives de la marque et se désigner comme une entreprise B Corp / B Corp / membre de la communauté B Corp.

Pour les marques qui n'ont pas été labellisées de manière indépendante, mais qui ont obtenu un score vérifié d'au moins

80 points dans le cadre de la labellisation de l'entreprise :

- Elles ont accès à l'utilisation de la propriété intellectuelle B Corp (logo, "Certified B Corporation") conformément aux orientations détaillées en matière de stratégie de marque communiquées par B Lab à l'entreprise au cours de la vérification.
- Les marques éligibles à l'utilisation de la propriété intellectuelle B Corp sont celles pour lesquelles l'entreprise labellisée contrôle à 100 % la conception et la formulation du produit, y compris l'approvisionnement et la visibilité des données relatives aux performances sociales, environnementales et financières d'au moins 80 % de la chaîne de formulation/approvisionnement du produit (mesurées sur la base du coût des marchandises vendues).
- Les marques globales peuvent utiliser la propriété intellectuelle B Corp dans la zone géographique de l'entreprise labellisée si la gamme complète de la marque dans cette zone géographique est couverte par la labellisation.

- Les communications sur la marque (par exemple, les textes et les déclarations écrites) doivent faire référence au profil de l'entreprise B Corp. (nom inscrit sur le [B Corp Directory](#)), où la relation entre la marque et l'entreprise labellisée est claire et transparente.
- Pour les marques utilisant la propriété intellectuelle B Corp sur les emballages et les documents imprimés, la relation entre la marque et l'entreprise labellisée doit être claire et transparente, par exemple *"[La marque XYZ] fait partie de [Nom de l'entreprise labellisée] qui est fière d'être une entreprise B Corp™"*.

Exemples de packaging où l'explication de la relation entre l'entreprise labellisée et la marque est faite de manière transparente.



Des frais supplémentaires sont facturés pour les brand review afin de vérifier les performances des autres marques d'une entreprise labellisée.



Pour les marques qui n'ont pas atteint un score vérifié d'au moins 80 points sur le B Impact Assessment et cela indépendamment d'une entreprise mère labellisée ou dans le cadre de la labellisation d'une entreprise parente labellisée :

- Ces marques ne peuvent pas utiliser le logo B Corp.
- Ces marques peuvent communiquer dans le texte qu'elles sont une filiale d'une société mère labellisée, par exemple :
“La marque enfant X est fière de faire partie de la marque mère Y, une entreprise B CorpTM. la marque mère Y, une entreprise mère labellisée B CorpTM”.

Contrat de licence de marque ou relations de co-branding :

- Les marques sous licence ou les produits/services co-brandés d'une entreprise B Corp ne peuvent en aucun cas être référencés, présentés ou associés d'une quelconque manière avec la propriété intellectuelle B Corp lorsque le concédant/licencié ou l'autre entreprise (“co-brandée”) n'est pas labellisée.

Pour toute autre question ou clarification, merci de contacter
brand@bcorporation.net



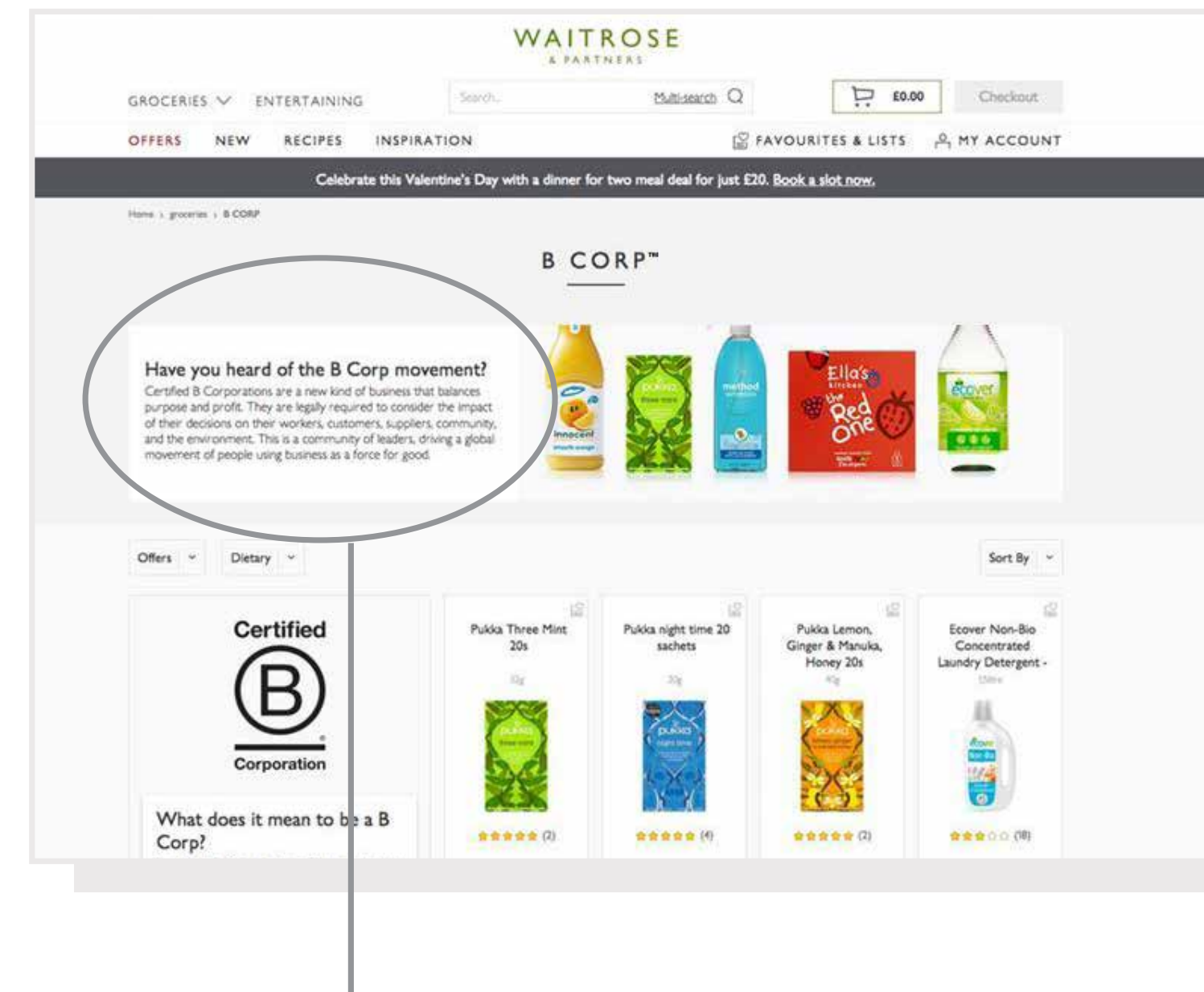


Usage par des entités Non-B Corp

En général, les entités non labellisées ne sont pas autorisées à utiliser le logo B Corp. Une exception peut être faite lorsqu'un détaillant non labellisé - comme un supermarché ou une plateforme de commerce électronique - fournit une vitrine physique ou numérique pour les produits B Corp, c'est-à-dire une boutique éphémère, un "rayon B Corp" ou une section dédiée à B Corp sur un site de vente au détail. Il y a trois conditions préalables clés qui doivent être considérées dans ces cas :

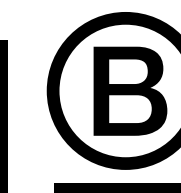
- La PI (logo B cerclé et "B Corp") ne doit pas être utilisée de manière à induire le public en erreur en lui faisant croire que le détaillant non labellisé est une entreprise B Corp.
- La communication doit indiquer clairement que le revendeur soutient le mouvement, la communauté et les valeurs directrices de B Corp, sans être trompeur quant à sa propre labellisation.
- Comme le label B Corp est une labellisation à l'échelle de l'entreprise, il ne devrait pas y avoir de mentions de "produits" ou de "marques" labellisés B Corp. "Produits provenant d'entreprises labellisées B Corp / d'entreprises B Corp" est une meilleure alternative.

Si vous êtes une entité non labellisée et que vous souhaitez utiliser la propriété intellectuelle dans l'une des circonstances susmentionnées, vous devrez recevoir une autorisation explicite de la part de B Lab. Pour ce faire, ainsi que pour clarifier tout doute ou demander l'autorisation d'une exception, merci de contacter brand@bcorporation.net



Avez-vous entendu parler du mouvement B Corp ?

Les B Corp sont un nouveau type d'entreprise qui concilie raison d'être et profits. Elles sont juridiquement tenues de prendre en compte l'impact de leurs décisions sur leurs collaborateurs, leurs clients, leurs fournisseurs, leur communauté et l'environnement. Il s'agit d'une communauté de leaders, à l'origine d'un mouvement mondial de personnes utilisant l'Entreprise comme une force au service du Bien commun.

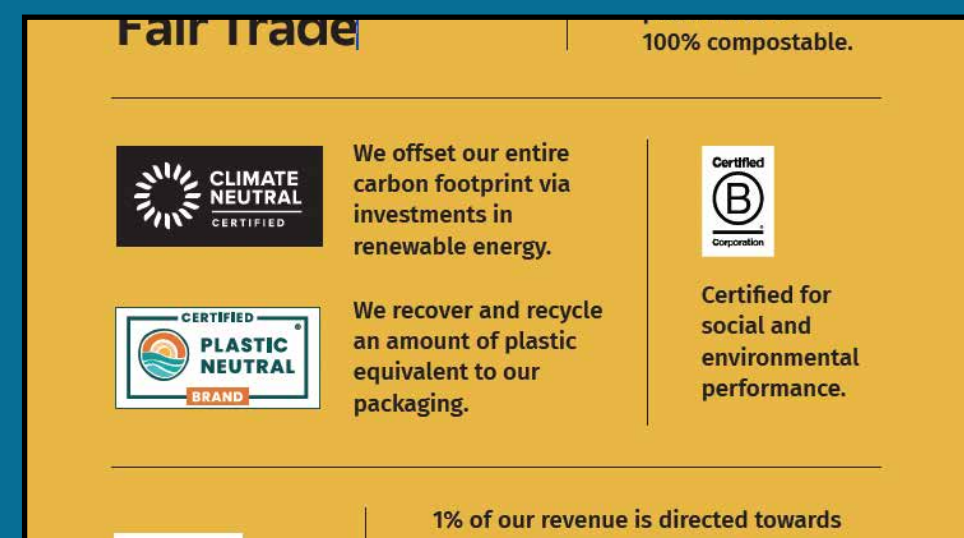


Application en termes couleur

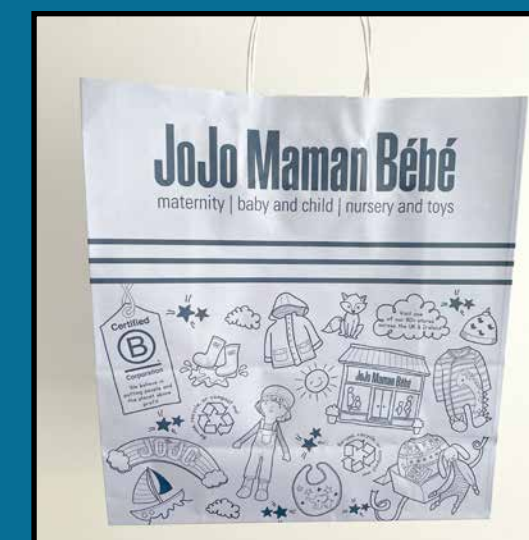
Afin d'assurer la cohérence de toutes les communications, la marque B Corp ne peut être utilisée qu'en noir ou en blanc. La marque ne doit apparaître que sur des fonds qui ne compromettent pas la lisibilité, tels que des couleurs unies ou des images très contrastées.

La seule exception acceptable à cette règle est lorsqu'un processus d'impression monochrome est requis. Cette exception est fonctionnelle et ne doit en aucun cas être guidée par des préférences esthétiques.

Le logo B Corp, noir ou blanc, peut être ajouté à une couleur de fond ou à une image pour correspondre à la charte graphique de votre marque. Veillez à ce que le contraste soit suffisant. Il peut également être accompagné d'un "cadre" en arrière-plan si le logo doit être plus contrasté ou s'intégrer à la conception.



Exemples d'emballages imprimés en une seule couleur avec une exception pour la couleur du logo. Ce type d'impression implique une seule couleur d'encre sur l'emballage.



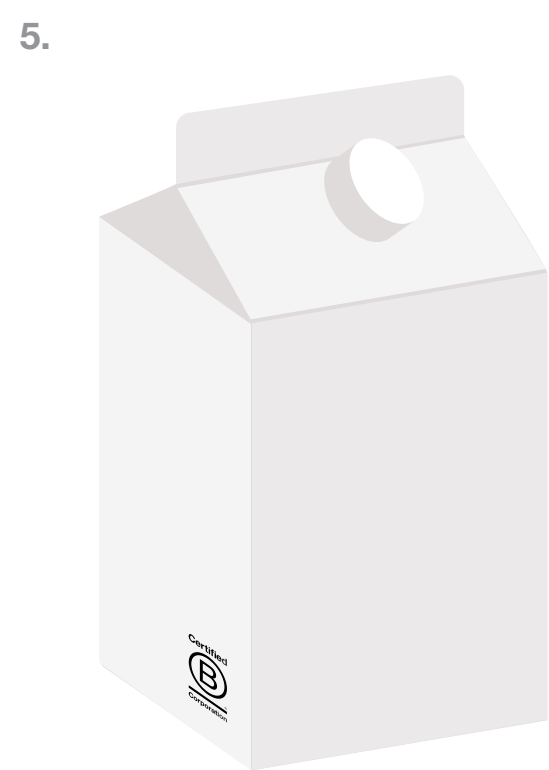
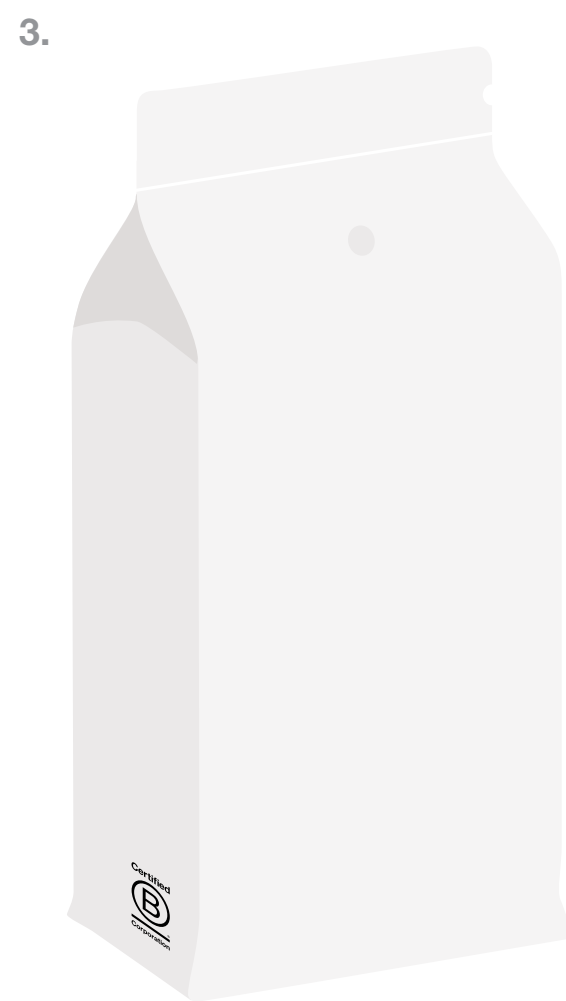


Application pour les emballages

L'emplacement idéal du logo B Corp se trouve sur le devant de l'emballage, aligné avec la marque principale.

Un emplacement alternatif peut être aux côtés des panneaux d'informations nutritionnelles.

Pour plus de détails sur l'utilisation de la marque B Corp pour les marques et les filiales, merci de consulter [les pages relatives à l'utilisation autorisée de la marque B Corp](#). Pour d'autres exemples d'emballages, d'étiquettes et de labels, merci de consulter la section "[À vous de jouer!](#)".



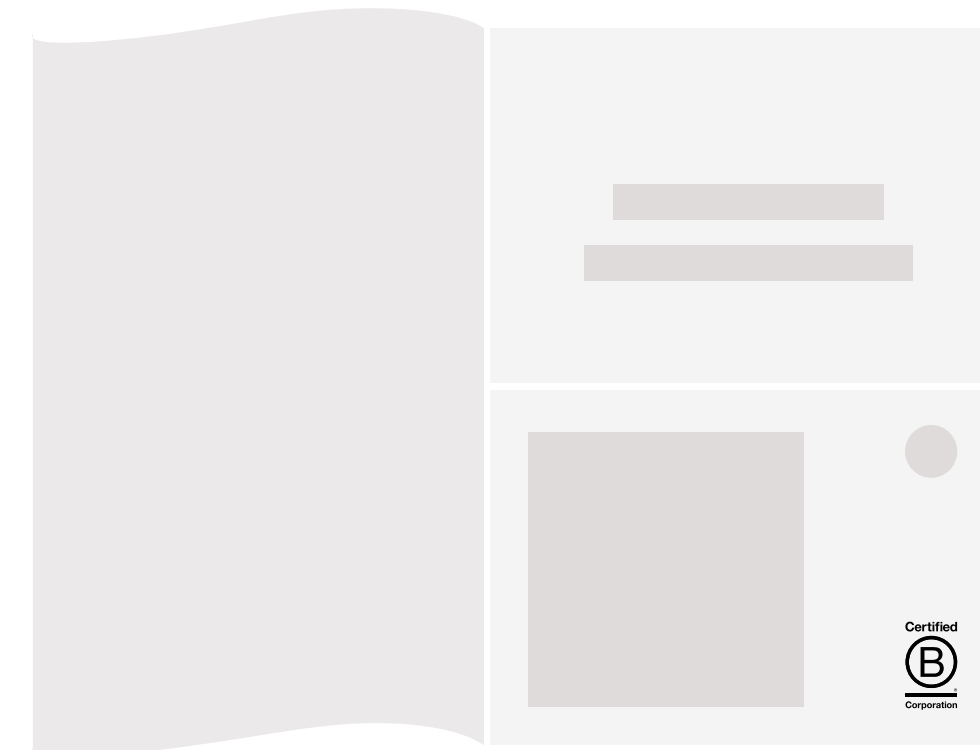
- 1. Étiquettes de labels placées de façon verticale
- 2. Sachets scellés
- 3. Sachets scellés de thé et café
- 4. Étiquettes à accrocher
- 5. Briques, contenants de liquide
- 6. Briques cylindriques
- 7. Biens emballés empilables verticalement



Application pour les impressions

Lorsqu'ils sont utilisés à proximité l'un de l'autre, le symbole B Corp doit être de la même taille ou de taille inférieure au symbole de la marque. Le positionnement du logo B Corp à proximité de la marque renforce la labellisation.

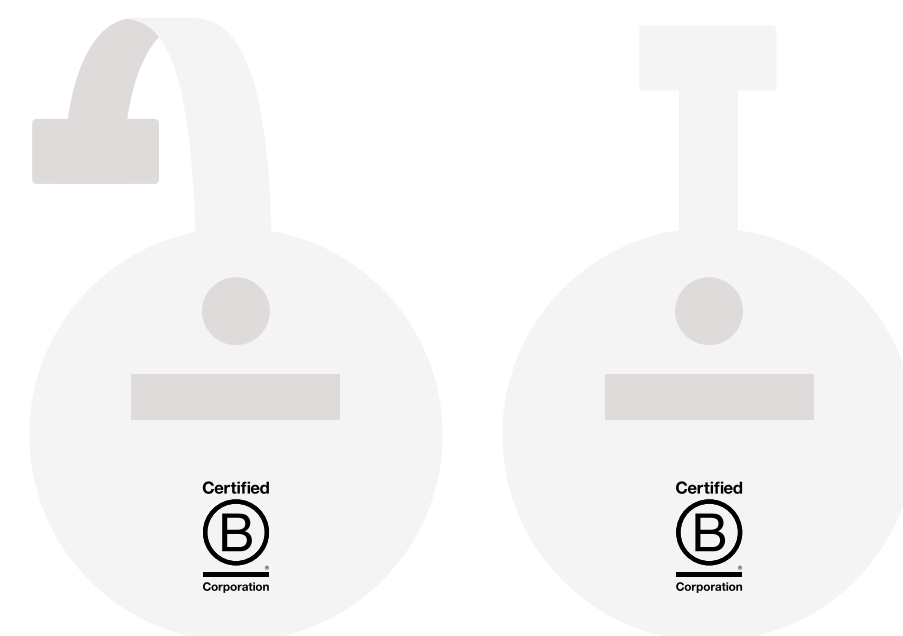
1.



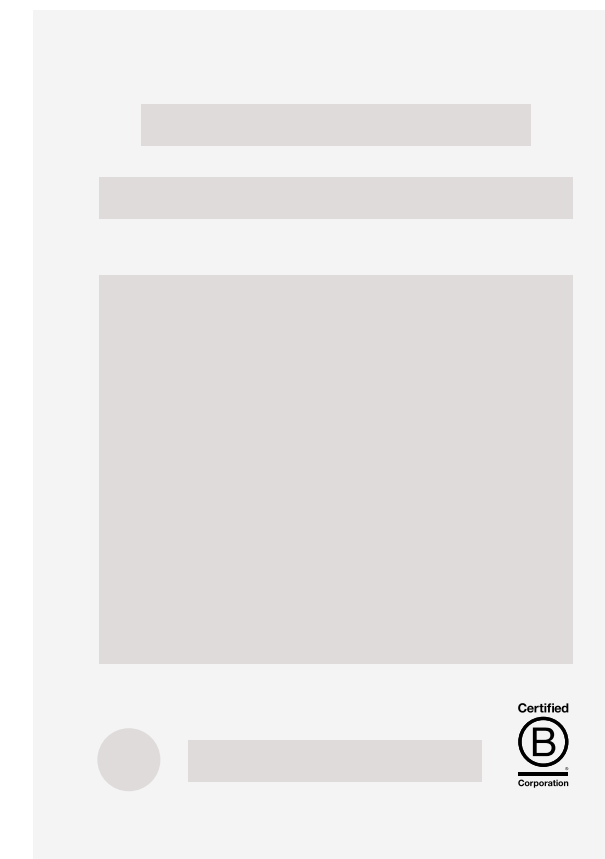
2.



3.



4.

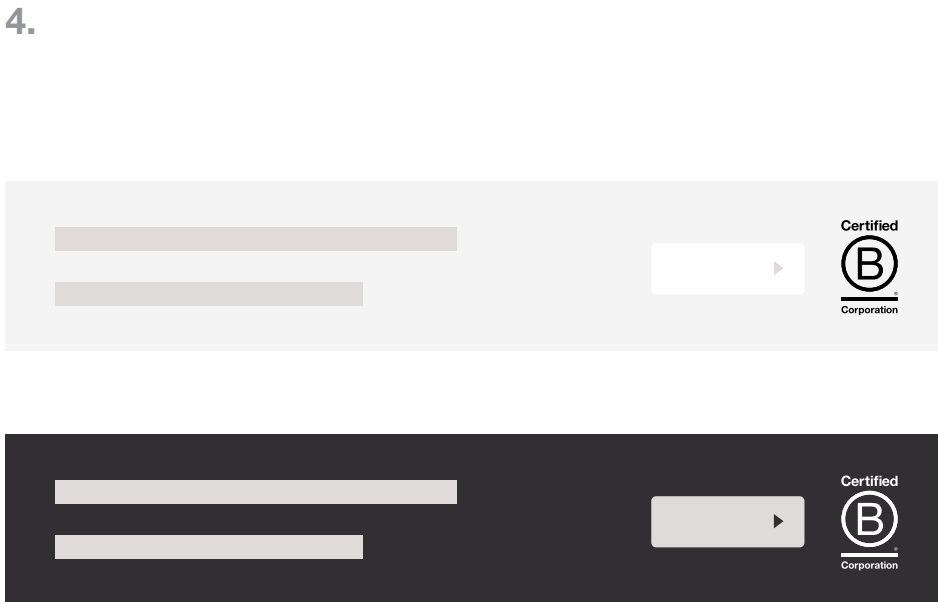
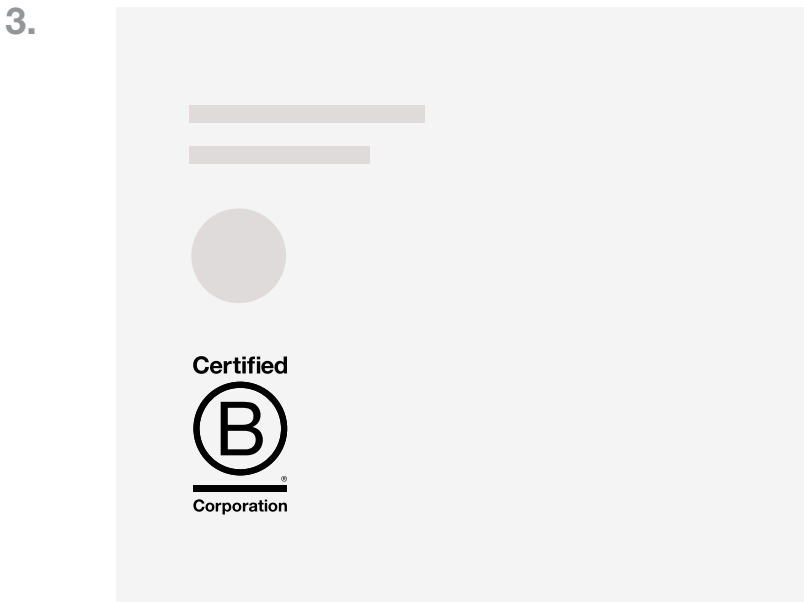
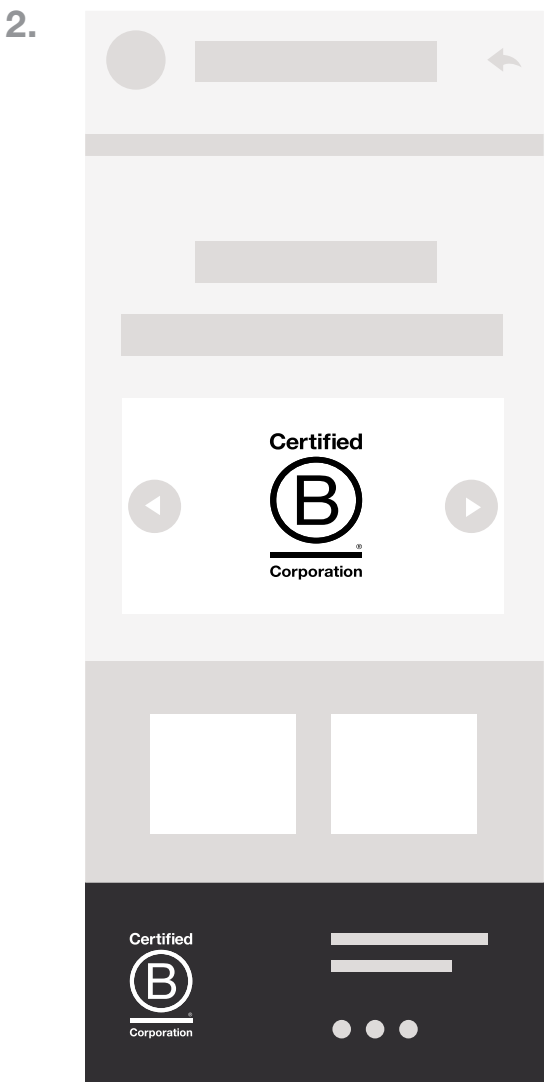
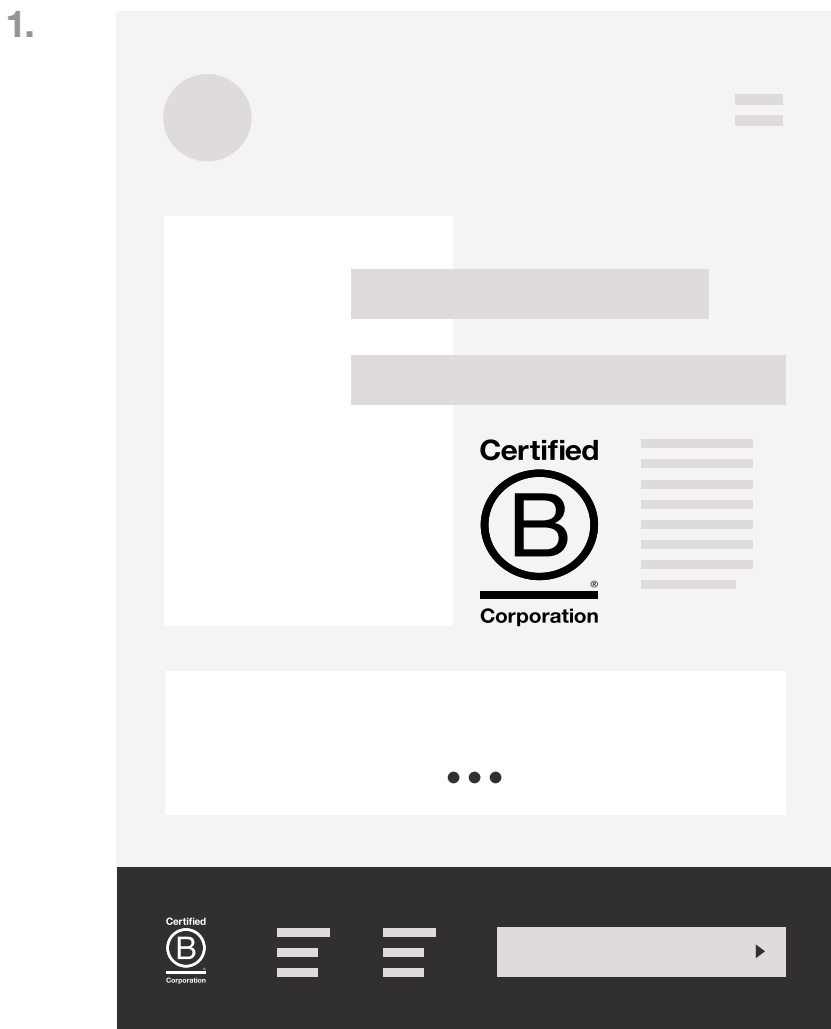


1. Publipostage
2. Publicités imprimées
3. Affichettes en magasin
4. Posters promotionnels



Application pour le numérique

Lorsqu’ils sont utilisés à proximité l’un de l’autre, le symbole B Corp doit être de la même taille ou de taille inférieure au symbole de la marque. Envisagez de faire de B Corp une partie majeure de votre communication numérique ou d’aligner le logo avec d’autres informations de contact standard dans les pieds de page.



- 1. Pied de page de site internet
- 2. Pied de page d’un mail
- 3. Signature d’un mail
- 4. Bannière en ligne



Application pour cartes de visite

Les entreprises B Corp peuvent utiliser le logo B Corp sur leurs cartes de visite. Le logo B Corp peut être utilisé sur les cartes de visite, mais il doit être placé à proximité du logo de l'entreprise labellisée ou de manière à ce qu'il soit clair que c'est l'entreprise qui est labellisée et qu'elle ne travaille pas pour l'organisme de labellisation. S'il ne peut être placé près du logo de l'entreprise, une ligne de texte peut être ajoutée à côté du logo B Corp pour indiquer *"L'entreprise XYZ est une entreprise labellisée B Corp"*.

1.

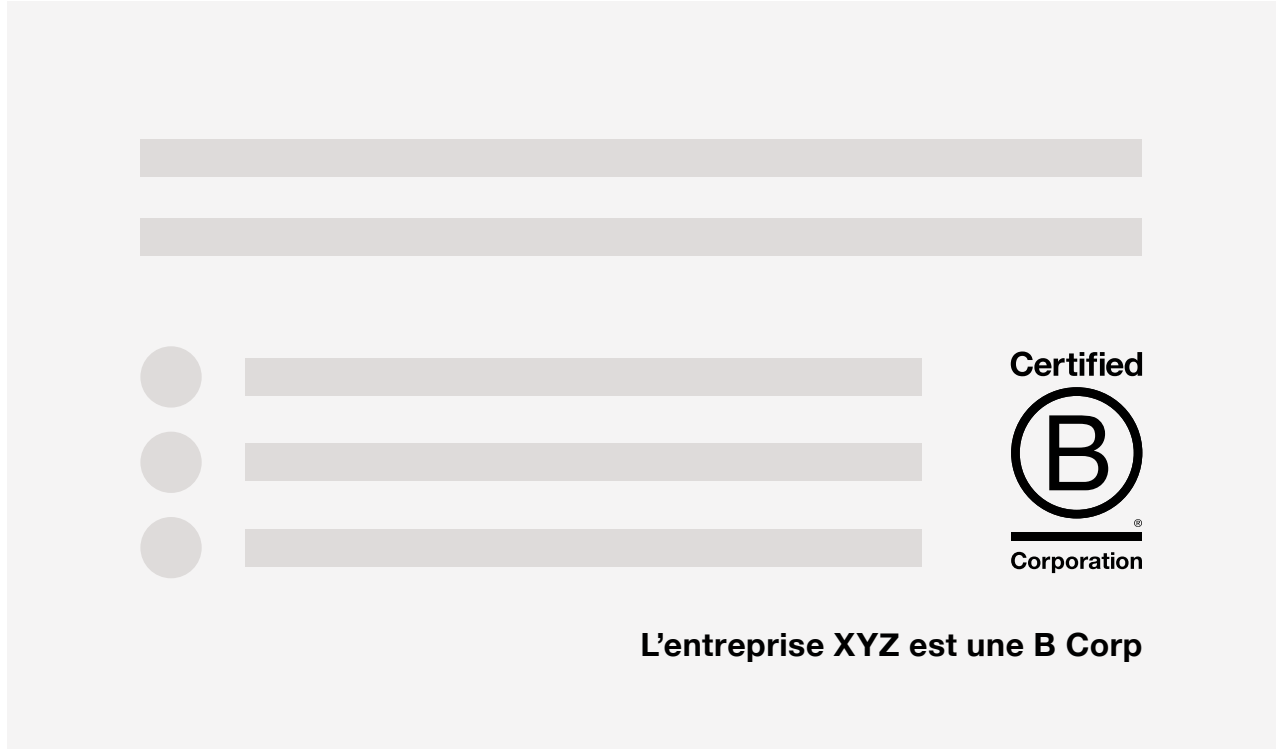


- 1. Mise en place d'un double logo à proximité immédiate du logo de l'entreprise labellisée, accompagné d'une déclaration.
- 2. Double logo à proximité immédiate du logo de l'entreprise labellisée
- 3. Logo B Corp avec déclaration d'accompagnement pour un espace limité

2.



3.





Application pour les vêtements et les produits

Le logo B Corp peut être utilisé sur des articles à offrir au personnel ou aux parties prenantes de l'entreprise labellisée B Corp. Il peut également être utilisé sur un vêtement porté par le personnel de l'entreprise labellisée.

Le logo B Corp doit se trouver à proximité immédiate du logo de l'entreprise labellisée, afin qu'il soit clair que c'est l'entreprise qui est labellisée. Si possible, ajoutez une ligne de texte indiquant que l'entreprise est une B Corp.

Les produits de marque et les vêtements qui utilisent le logo B Corp doivent être produits ou fabriqués par une entreprise labellisée B Corp. Si les circonstances ne le permettent pas ou si les implications sont importantes en termes de coûts ou d'impact négatif, les articles ne doivent pas être produits. La raison d'être de cette ligne directrice est l'ambiguïté et la confusion potentielles quant à savoir qui est une entreprise B Corp/qui est une entité labellisée. Le logo B Corp ne peut pas être associé à des entreprises et des fabricants qui n'ont pas été vérifiés.

Le logo doit toujours respecter les lignes directrices en matière de couleurs figurant à la page 25 (noir ou blanc), à moins que la production n'utilise un processus d'impression en une seule couleur. Merci contacter brand@bcorporation.net si vous avez besoin de directives supplémentaires.





À vous de jouer !

Votre cheminement vers B Corp est aussi unique que votre entreprise ! C'est l'occasion de dire à vos parties prenantes ce que vous avez appris au cours de votre parcours d'impact, et de montrer la perspective que vous apportez à la communauté B Corp. Assurez-vous de fournir un call to action vers une ressource où le public peut en apprendre davantage - peut-être la section B Corp de votre propre site web, ou bien vers bcorporation.fr ou bcorporation.net.

À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



Exemples de publicités

1. illy
2. Dash Water
3. Arbonne
4. Intrepid Travel
5. Vivobarefoot
6. Bloom & Wild
7. Bank Australia
8. LoveRaw

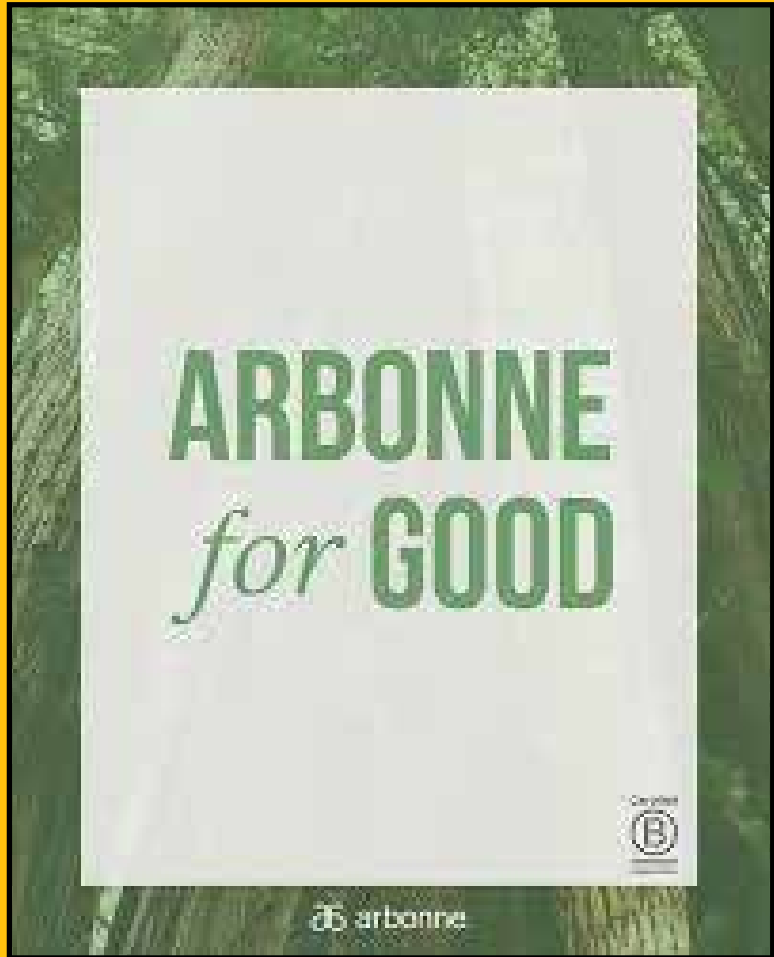
1.



2.



3.



4.



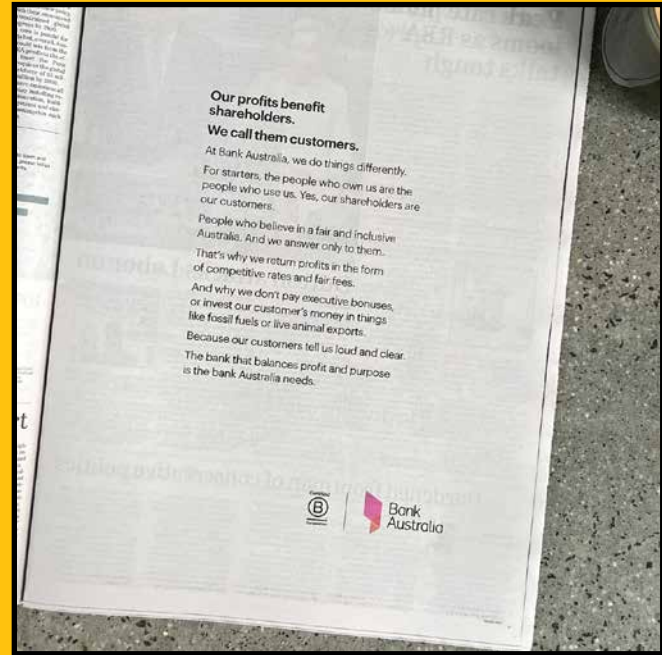
5.



6.



7.



8.





Exemples de blogs

- 1. Inspire Clean Energy
- 2. Sir Kensington’s
- 3. Wieden + Kennedy


Les images sont liées aux blogs.

1.

How it worksAbout usGet started

Blog → Sustainable Living → Why Buy from, Work for, and Do Business with B Corps?

Why Buy from, Work for, and Do Business with B Corps?



Mar 25, 20217 min read

Certified B Corps are working to make our world a better place. But how exactly are they doing it? The decisions businesses make on a daily basis have a lasting impact on the future of our planet — B Corps work hard to make sure that this impact is a positive one. Here's how.

In 2020 alone, humanity added an estimated 37.5 billion tons¹ of carbon dioxide emissions into the Earth's atmosphere. And thanks to the efforts made by over 3,800 B Corps worldwide, 16 million tons of that carbon dioxide was offset. While that offset makes up a mere 0.04% of total global carbon dioxide emissions for the year, it does prove that when we come together to improve the health of the planet, we really can make a measurable impact.

What Is a B Corp?

Certified B Corps unite under the shared mission of making our world a better place. But how exactly are they doing it? As is the case for individuals' collective actions, the decisions that businesses make on a daily basis can have a lasting impact on the future of our communities and our planet as a whole. B Corps work hard to make sure that this impact is a positive one. Here's how.

B Corp requirements

Certified B Corps are corporations or businesses that have made it their mission to benefit or improve the world around them through the work that they do. And while this may look a bit different from one business to the next, all businesses that are Certified B Corps share the same set of foundational values and principles.

Together, Certified B Corps² make up "a community of leaders driving a global movement of people using business as a force for good." But attaining this certification is not as simple as adopting a set of values and orienting a business's mission toward the collective good — it means getting to work and taking action.

Receiving a B Corp certification means that a business has met "the highest standards of verified social and environmental performance, public transparency, and legal accountability to balance profit and purpose" and is "accelerating a global culture shift to redefine success in business and build a more inclusive and sustainable economy." Applying for this certification is a detailed, multi-step process that ensures the businesses that achieve B Corp certification are businesses that have your, and the planet's, best interests at heart. This includes cross-functional stakeholder engagement, necessary disclosures, and supplemental documentation to prove the claims being made by a company, and often an onsite audit to verify that the answers are correct.

Why should we buy from B Corps brands?

For any sustainability-minded consumer, knowing where your dollars are going and what business practices they're supporting is a big deal. But when you're buying from a Certified B Corp, you can rest assured that your money is supporting a business that practices what they preach.

Whether you're buying a new pair of shoes or a week's worth of groceries, purchasing from B Corps ensures that you are supporting sustainable manufacturing and farming practices, which in turn creates a healthier planet for us all. On top of their transparency and environmental sustainability, B Corps work to enhance their local communities, strengthen their corporate governance practices, and support the people who work directly for and parallel to the business. They are also 250% more likely to be carbon neutral, which in turn means that you're helping to minimize your own carbon footprint when you support a B Corp. Win-win!

Why should we work for B Corps?

B Corps don't just care about their products and services — they care about their people, too. B Corps are mission-oriented companies that are driven by maximum impact rather than maximum profit, and that

2.

644 FollowersAboutFollowGet started

Work on Purpose

Sir Kensington's · Sep 20, 2018 · 10 min read

★★★★★

When we started Sir Kensington's, we didn't know much about food or business, but there were two things we did know. First, we knew there was an opportunity to make better condiments for America, and second, we knew that we wanted to run a company that behaved in line with our values. From that beginning, the more we learned about food and business, the more the inherent tension between these two worlds revealed itself. As we grew the team, articulated our purpose, and did more business, with more products, for more customers, these two founding truths became only more true. Our goal became to both do good business, and business that does good.

Today, these two truths once again intersect with an announcement: Sir Kensington's has become a Certified B Corporation.



FAIRTRADE

→

USDA ORGANIC

→

Certified B Corporation

→

B Corp certifies an entire company the way that Fair Trade and USDA organic certify individual products and ingredients.

Never heard of that, or not sure what it means? Don't worry, you're not alone. In short, B Corporations represent a global movement of people using business as a force for good. B Corps meet higher standards of social and environmental impact, transparency, and accountability to stakeholders, rather than just shareholders. You can think of it like certification for an entire business, what Fair Trade is to a cup of coffee, or USDA Organic is to a carton of almond milk.

3.

News

WTF is a "good company" anyway?

+AMS · SEPTEMBER 8TH 2021

W+K Amsterdam's Managing Director Blake Harrop and Social Impact Director Luke Purdy delve into what makes a good company in an increasingly complex cultural landscape. They talk about why W+K Amsterdam decided to review its own moral compass and why the next steps following the B Corp certification are critical to becoming an all-round better business.

Take energy: Exxon does a lot of advertising to tell the world about the \$3 billion it is investing in carbon capture technology through to 2025. That's laudable, but how should we then reconcile the \$16 billion they are investing in oil exploration during the same period?

And how about big tobacco? In 2003 planet earth's largest cigarette manufacturer Philip Morris rebranded as Altria and trademarked the term Moving Beyond Smoking, which sounds great. The \$100 million they proposed this year to the US FDA to convince people that nicotine doesn't cause cancer, not so much. It's great that companies attempt to improve themselves, because society doesn't function without companies, and trade makes the world a safer, more interdependent place.

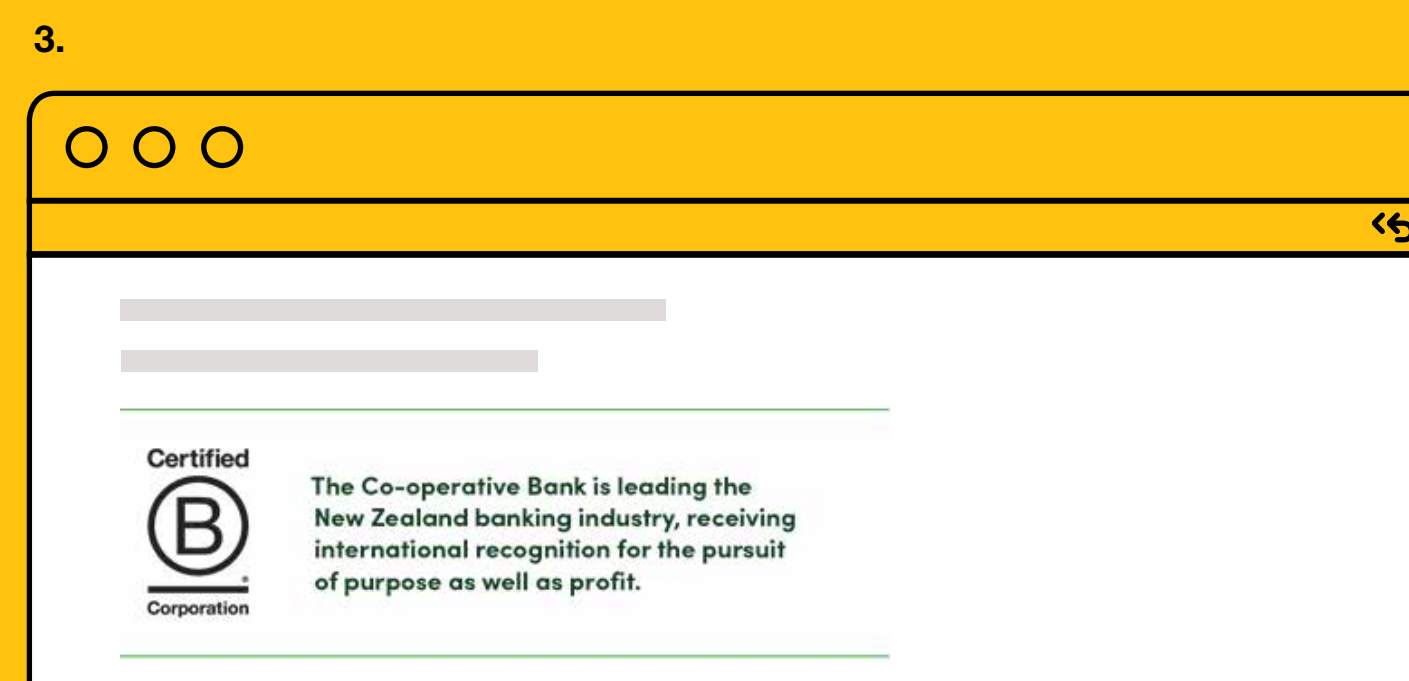
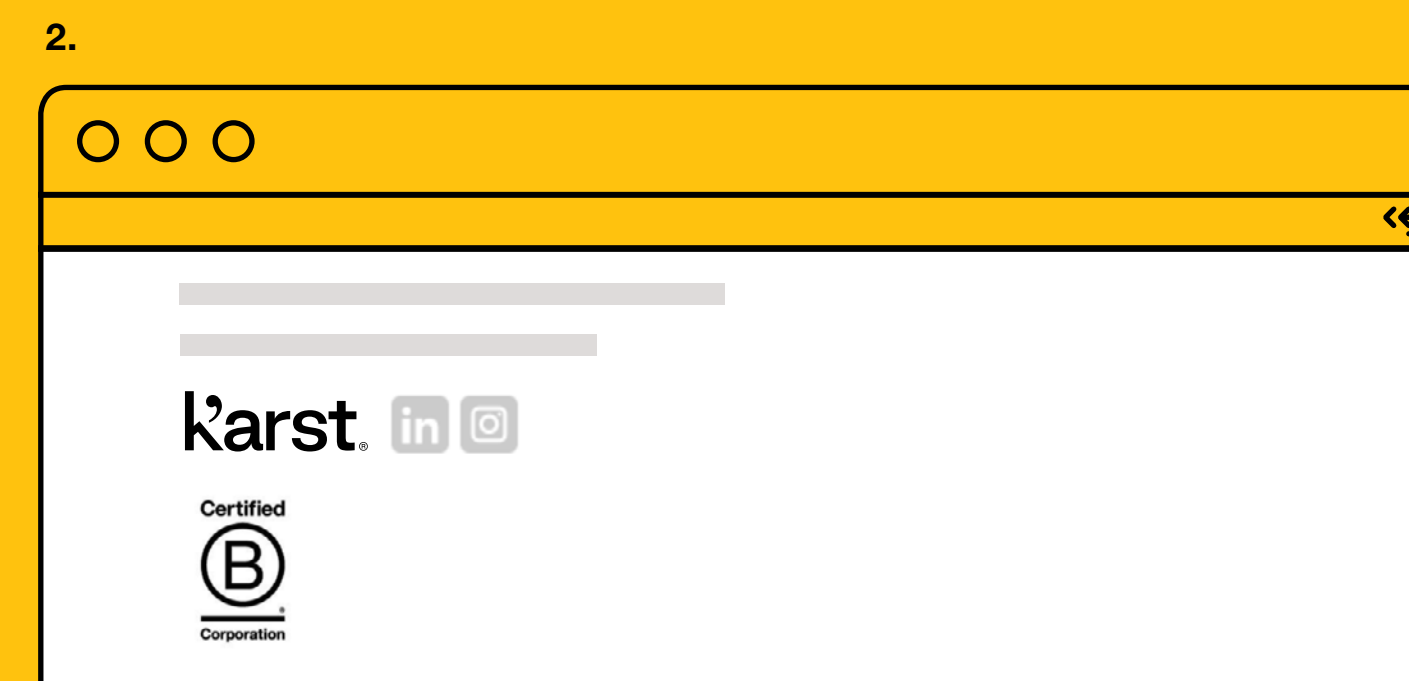
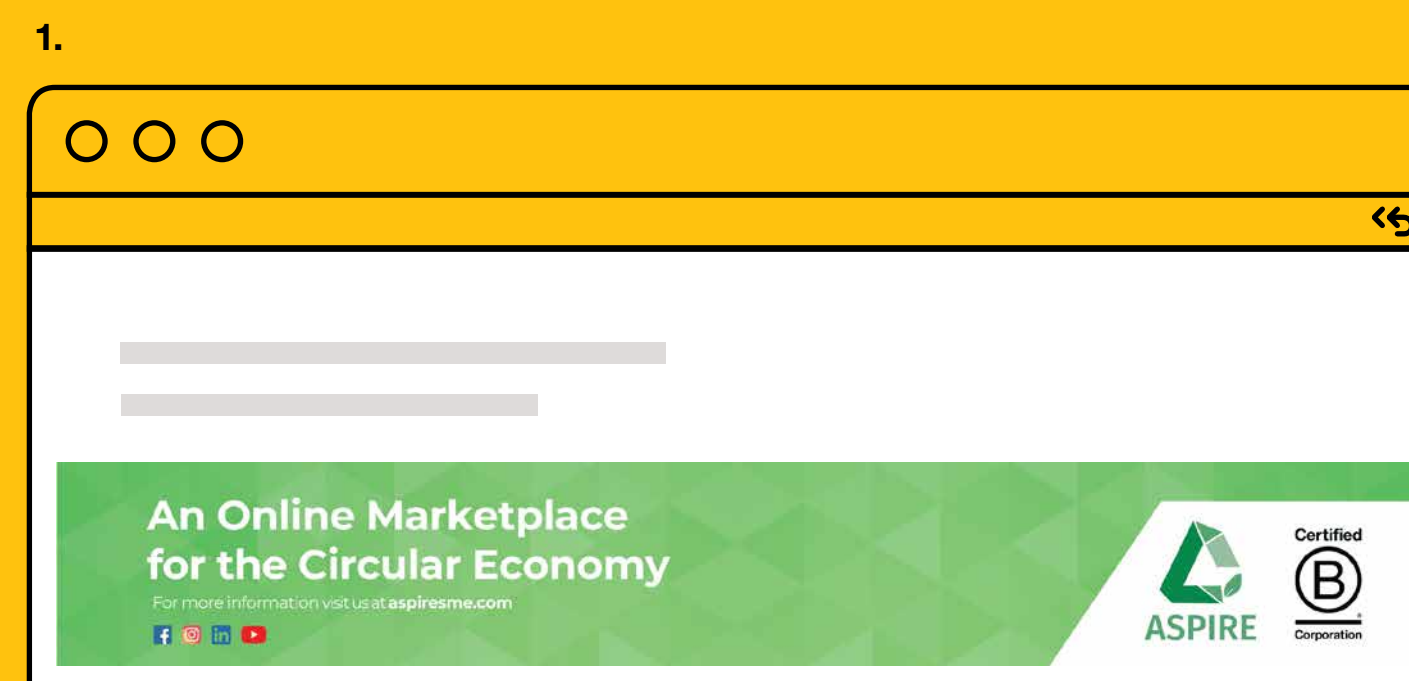
But when all brands are shouting loudly to say they're on the right side of social issues, companies are convincing employees that they are purpose driven, and consumers are being told that they can vote for the future they want with their wallets; what the hell are we supposed to believe?

Until capitalism evolves into whatever version of itself comes next (stakeholder capitalism? human-centric capitalism? conscious-capitalism?) we're going to depend on brands to do the right thing, and we're going to continue making daily choices about which ones are best.

Given these dynamics, if you want to be a responsible ad agency in the world today you're going to need a really good moral compass. Convincing tens of millions of consumers to feel good about an oil company's 2050 carbon-neutral plan with a nice ad, and you put the human race at risk. As an industry, agencies and brands alike have the reach and influence to make a meaningful difference in the world. Take Wieden+Kennedy's office in Amsterdam, for example, a company made up of over 120 people who make ads for some of the largest multinational companies on the planet. The reach we have is huge, which is why it is so important that we turn up to work each day trying to do good, find the truth, and create responsible and entertaining messaging.

Exemples de signatures mails

1. ASPIRE
2. Karst
3. The Co-operative Bank
4. Quiip



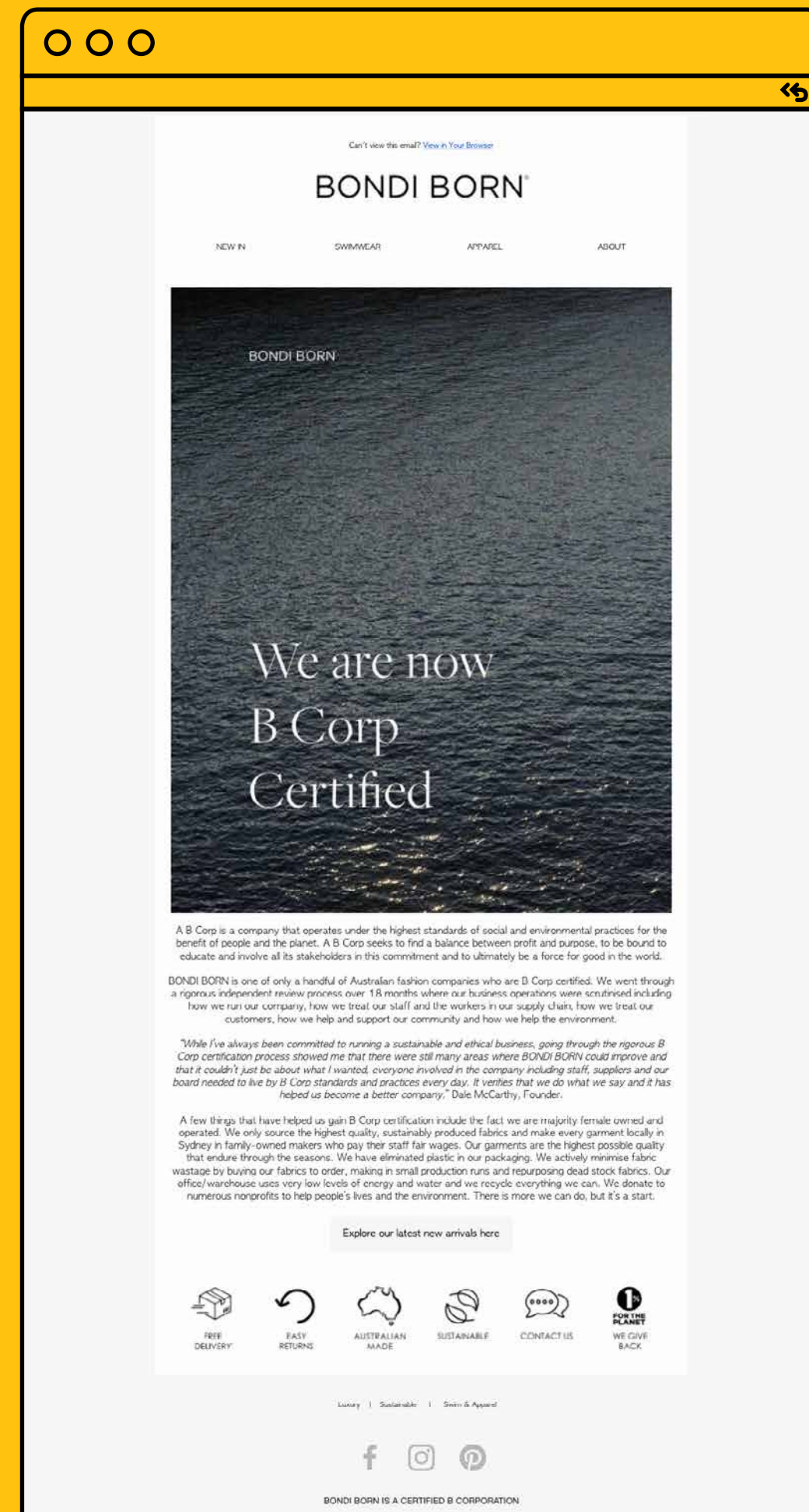
À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



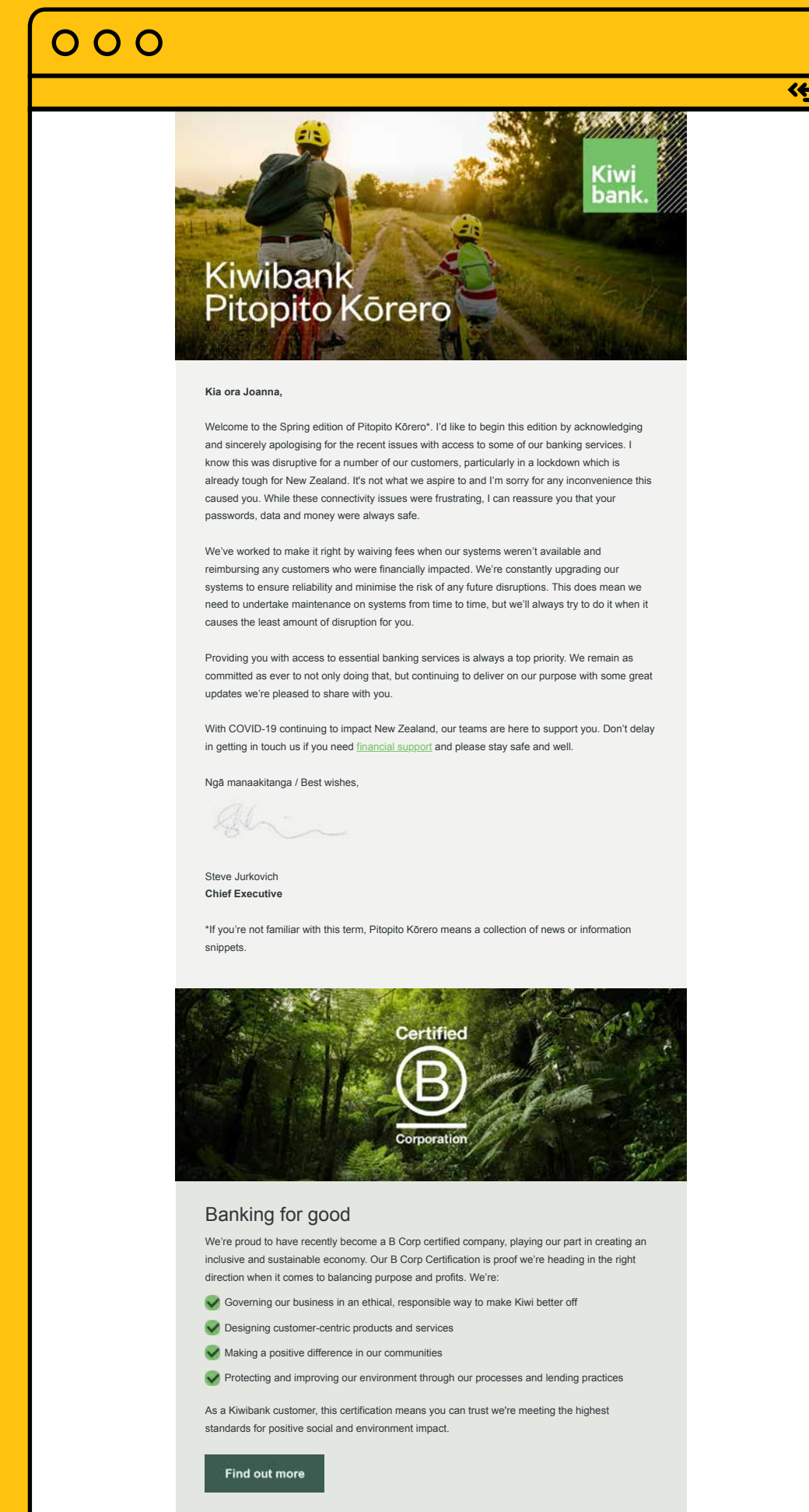
Exemples d'email et de newsletters

1. Bondi Born
2. Kiwibank
3. Jasper Coffee

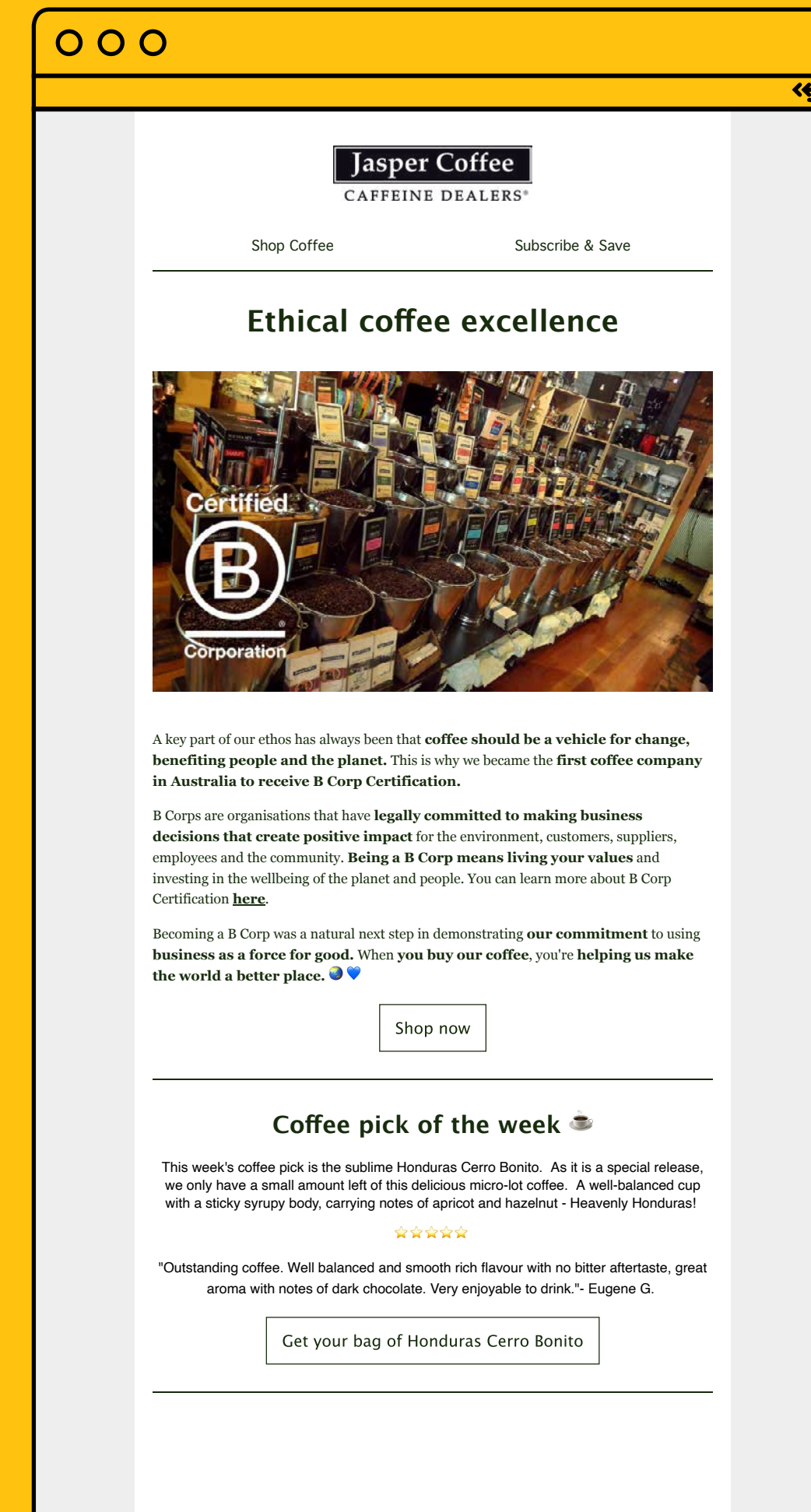
1.



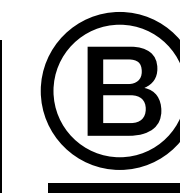
2.



3.

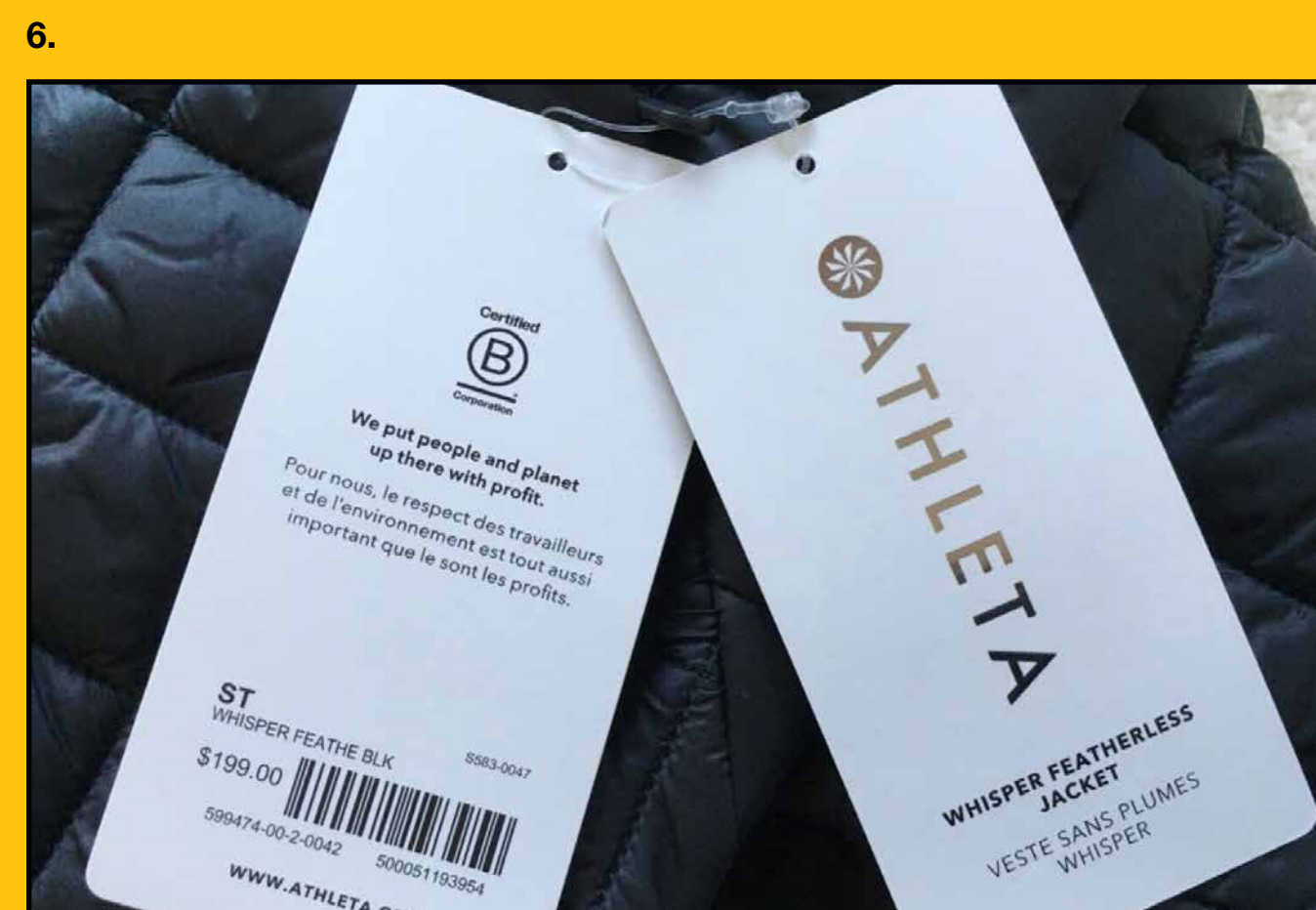


À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



Exemples d'étiquettes

1. Boody
2. House of Baukjen
3. CFCL
4. Martha
5. tentree
- 6/7. Athleta

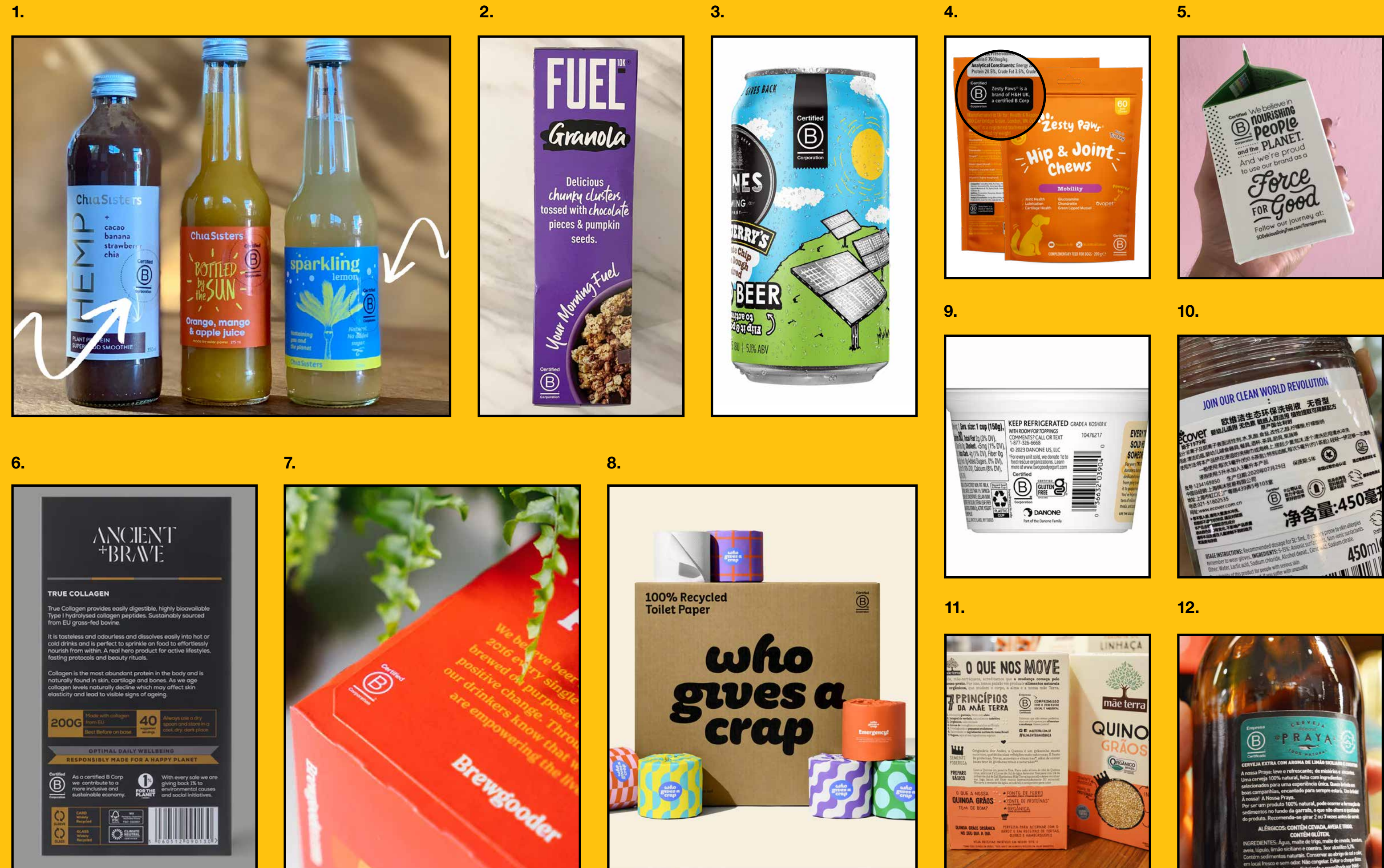


À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



Exemples d'emballages

1. Chia Sisters
2. Fuel10K
3. 4 Pines
4. Zesty Paws (H&H UK)
5. So Delicious
6. Ancient + Brave
7. Brewgooder
8. Who Gives A Crap
9. Two Good (Danone US LLC)
10. Ecover
11. Mãe Terra
12. Praya (Better Drinks)



À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES

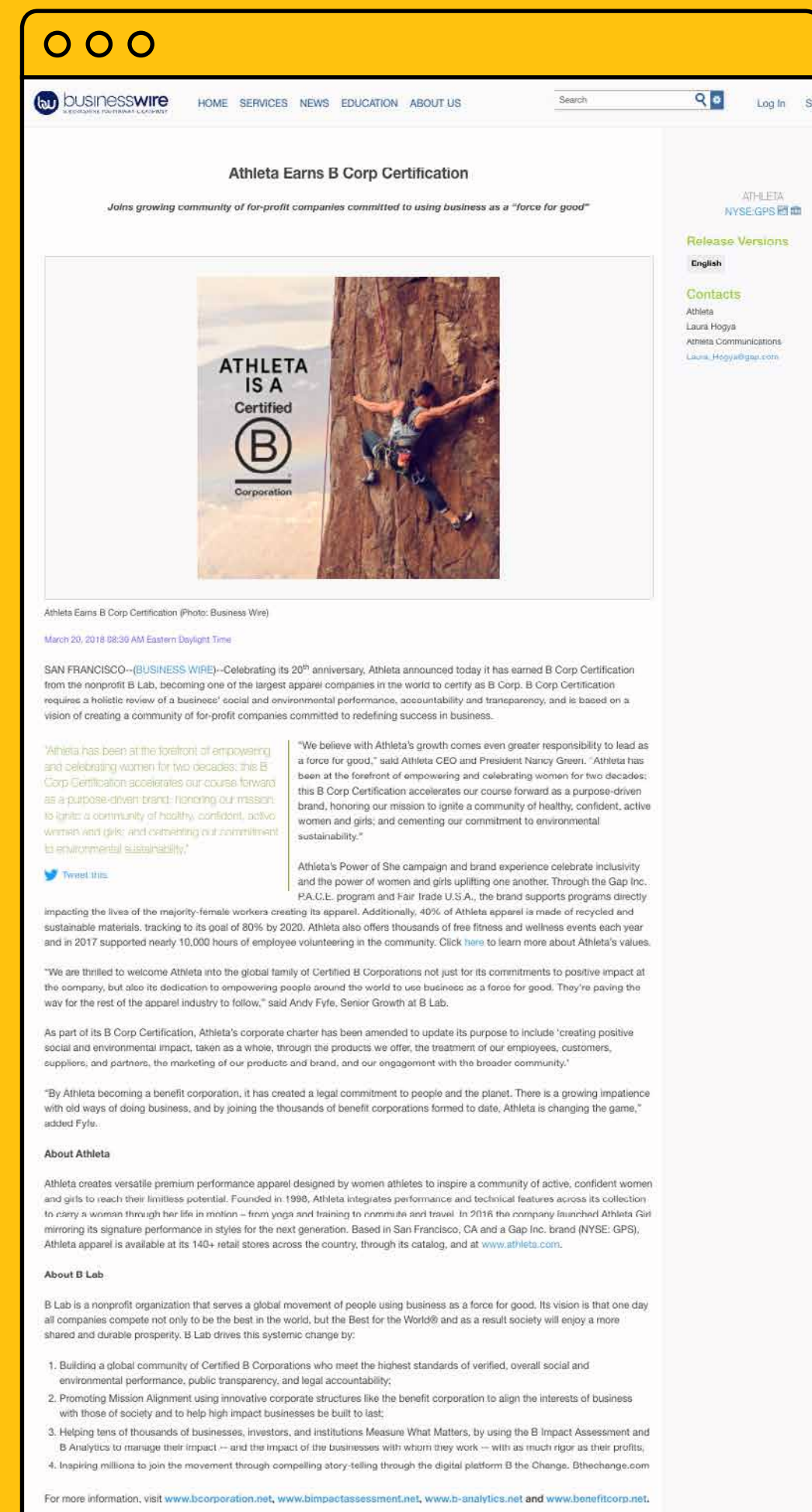


Exemples de communiqués de presse

1. Athleta
2. Synlait
3. The Vita Coco Company

Les images sont liées aux communiqués de presse.

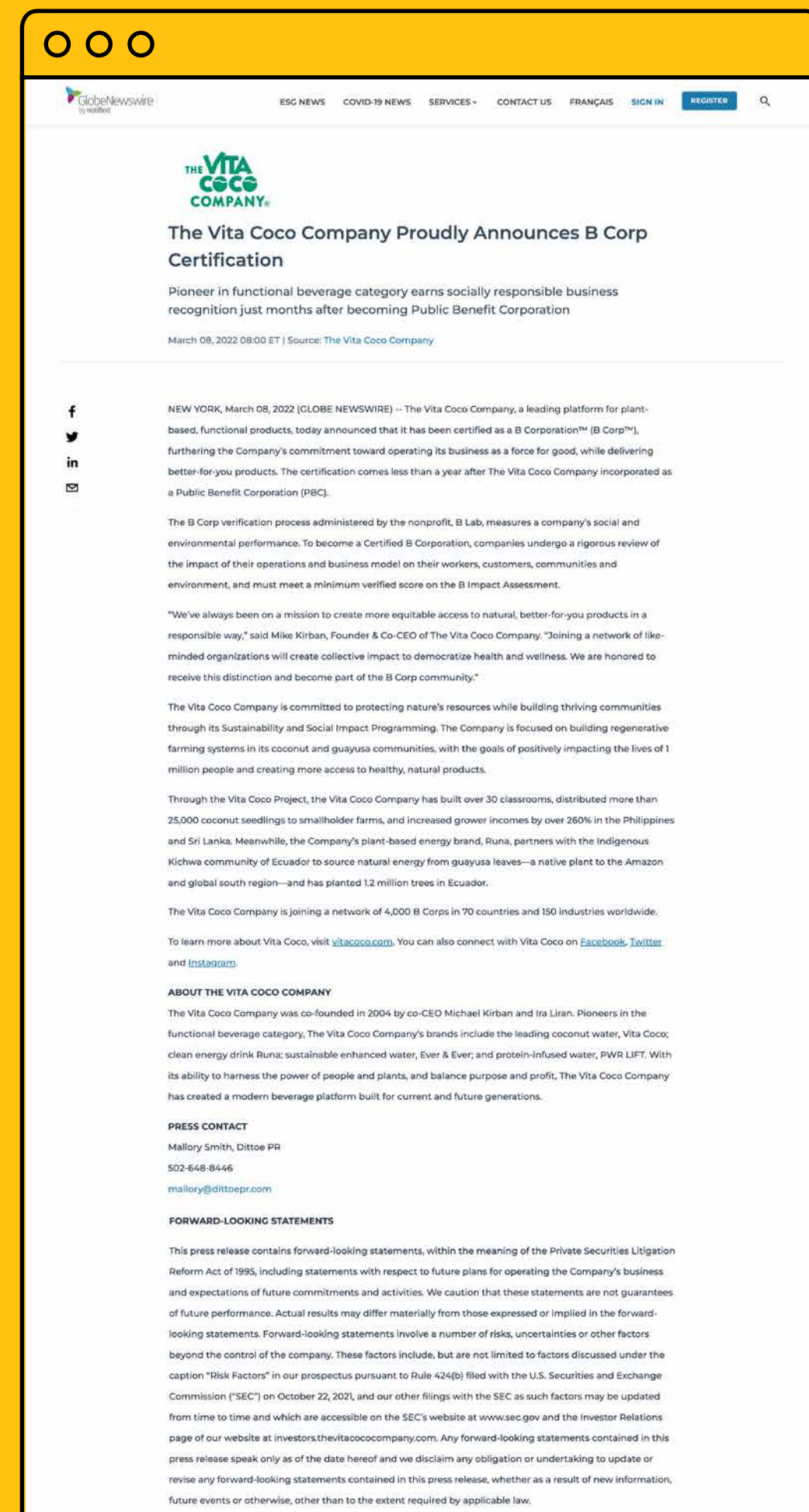
1.



2.



3.



À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



Exemples de rapports

1. WeTransfer
2. Quip
3. Bank Australia
4. Newly

Cliquez sur les images pour les agrandir.

1.



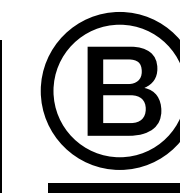
2.



3.

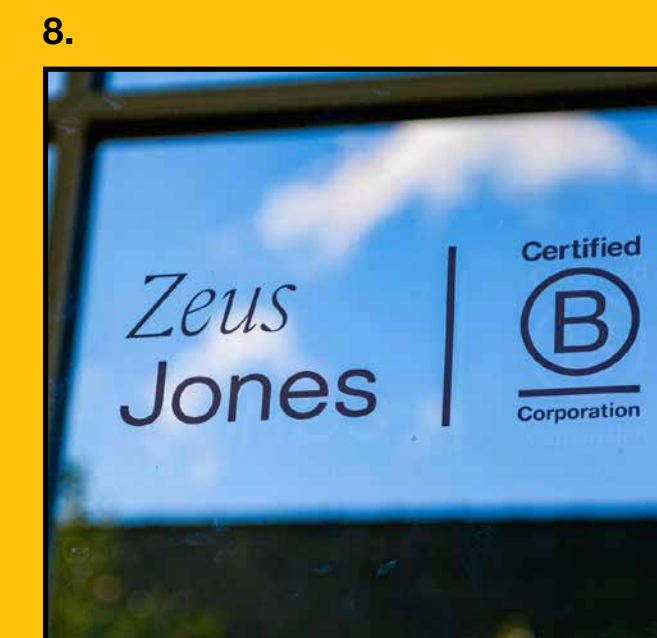
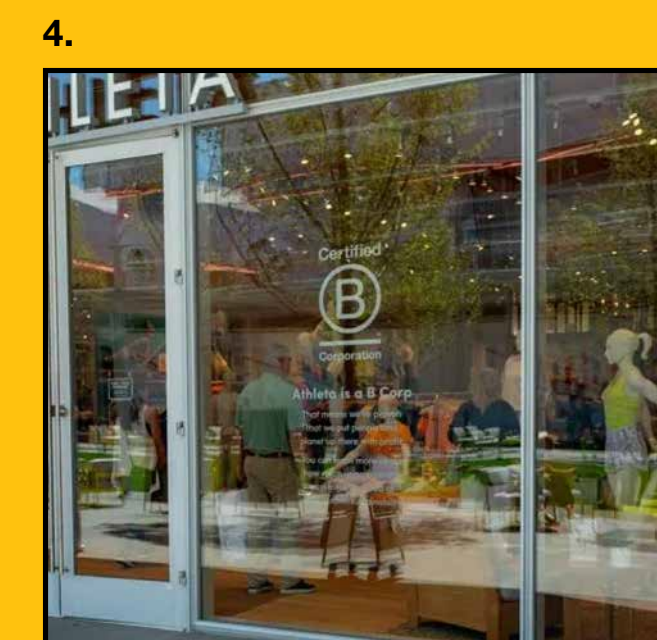
4.

À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES

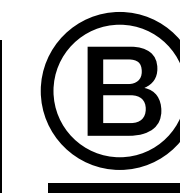


Exemples de signalétique

1. Mindful Chef
2. Kathmandu
3. Dewerstone
4. Athleta
5. Coutts
6. Camper Group
7. Save The Duck
8. Zeus Jones
9. WHSmith (affichage des produits d'entreprises B Corp)
10. Synthesis
11. Equator Coffees
12. Hijos de Rivera



À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



Exemples réseaux sociaux

- 1. Athleta
- 2. Herbatint
- 3. Nisolo
- 4. Kathmandu
- 5. Rituals Cosmetics
- 6. illy
- 7. Finisterre
- 8. Danone

1.

2.

3.

4.

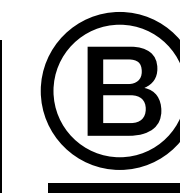
5.

6.

7.

8.

À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



Exemples de salons professionnels

1. TOMS
2. Picture Organic Clothing
3. KeHE
4. Bettr Barista
5. Norden
6. Mamma Chia
7. Cotopaxi
8. Tony's Chocolonely

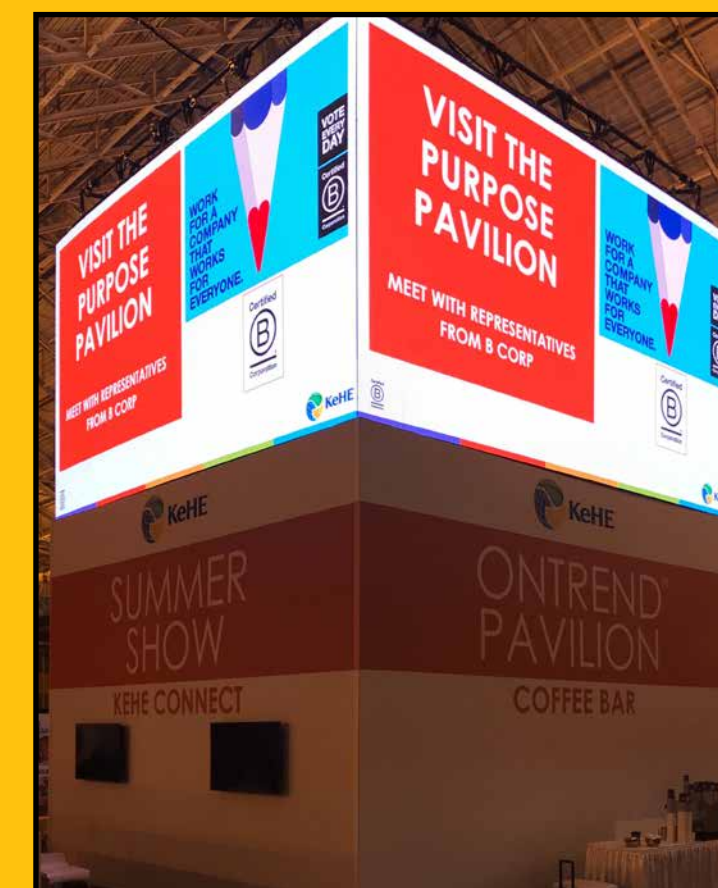
1.



2.



3.



4.



5.



6.



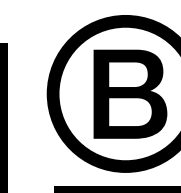
7.



8.



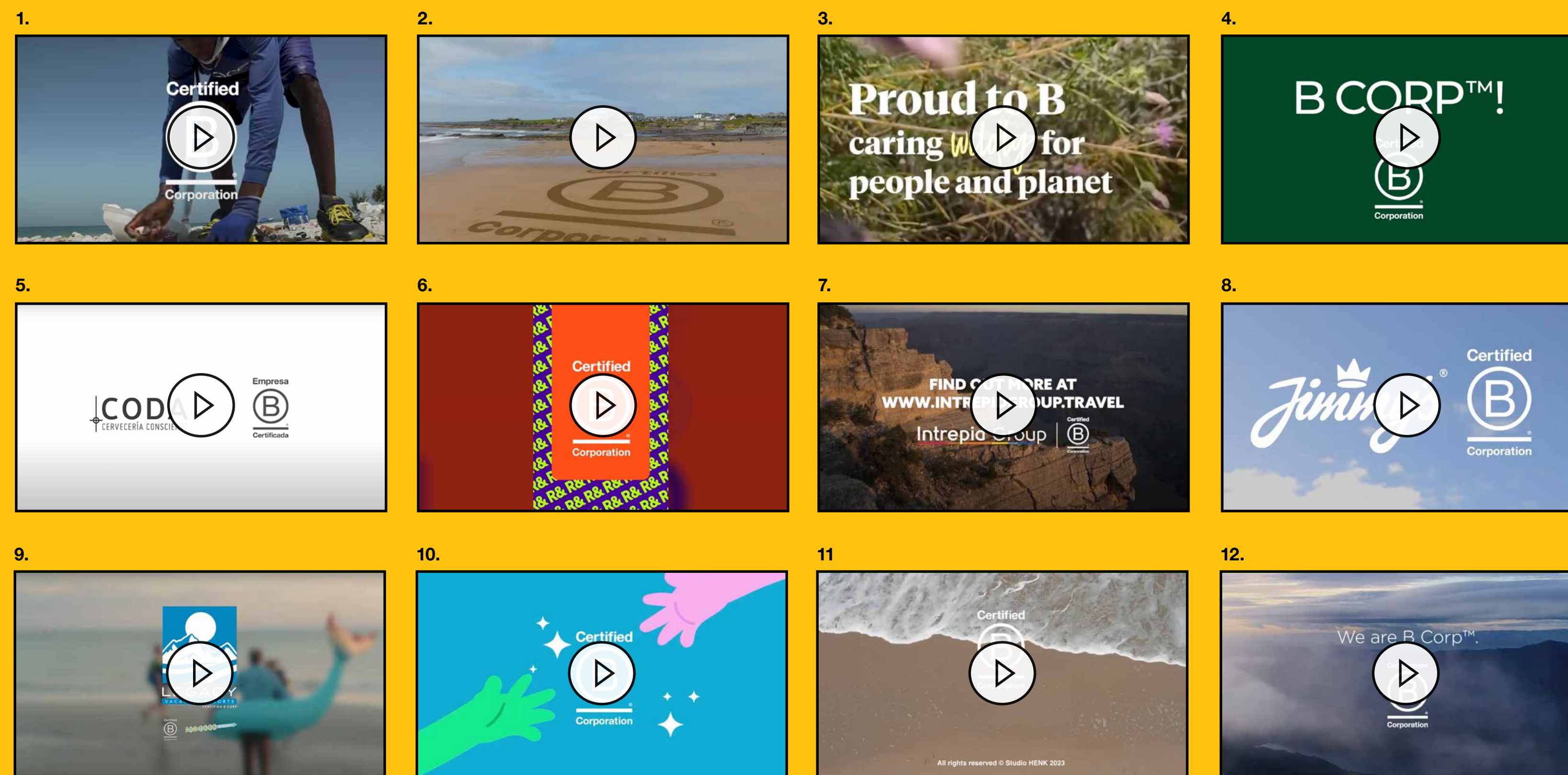
À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



Exemples vidéos

1. 4ocean
2. Armada Hotel
3. Bloom & Wild Group
4. Bonduelle Italia
5. CODA
6. Das Rund
7. Intrepid Travel
8. Jimmy's Iced Coffee
9. Legacy Vacation Resort
10. PS/digital
11. Studio Henk
12. Valrhona

Notez que les images sont liées aux vidéos.



À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES

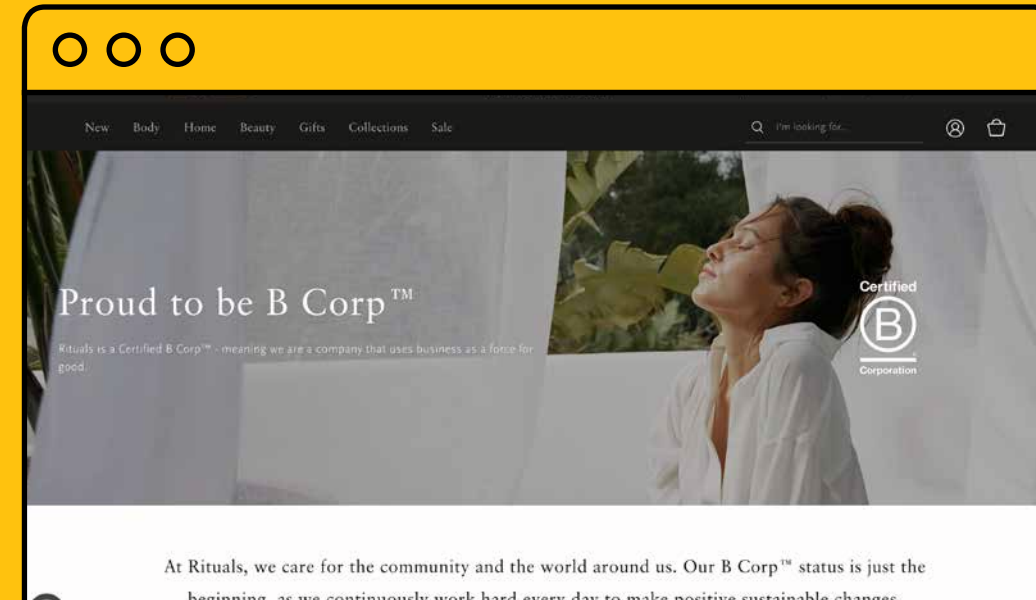


Exemples de bannières de sites web

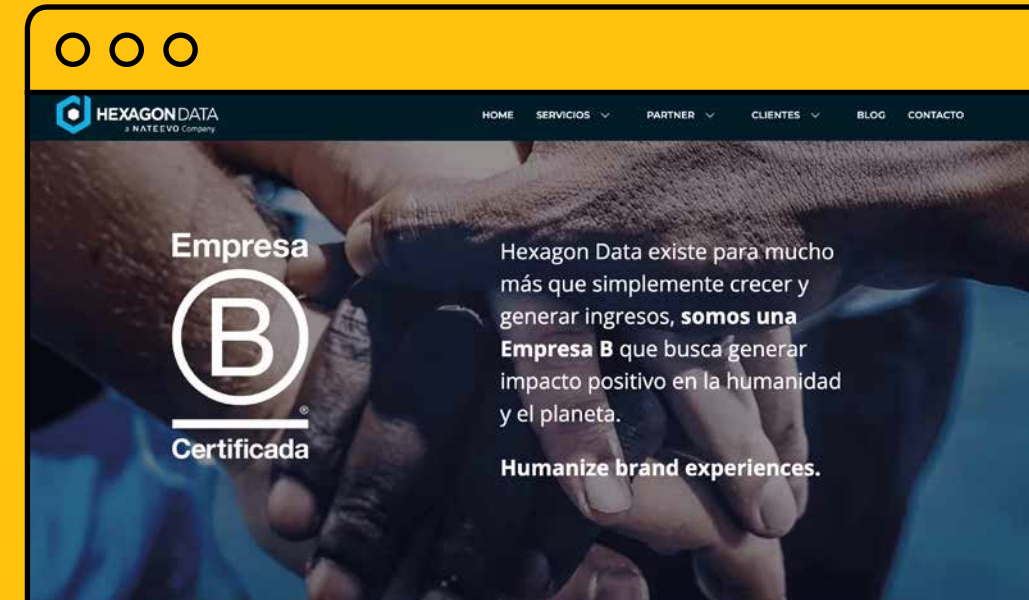
1. Rituals Cosmetics
2. Hexagon Data
3. Whale Seeker
4. Buna
5. Rockridge Venture Law
6. Small Axe Peppers
7. Finisterre
8. Baileys
9. Jude's Ice Cream

Notez que les images sont liées aux sites web.

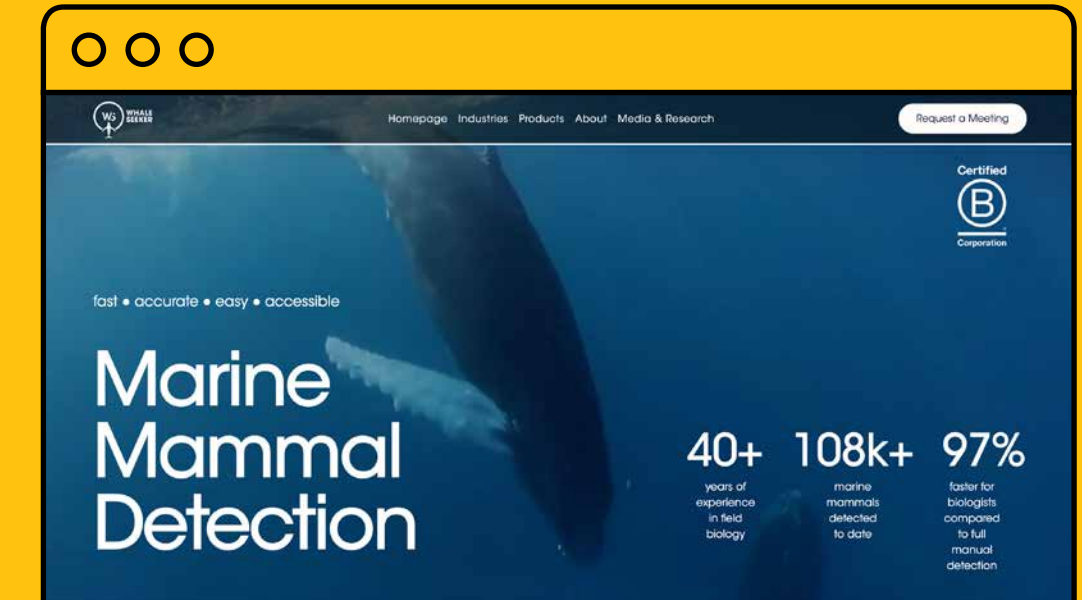
1.



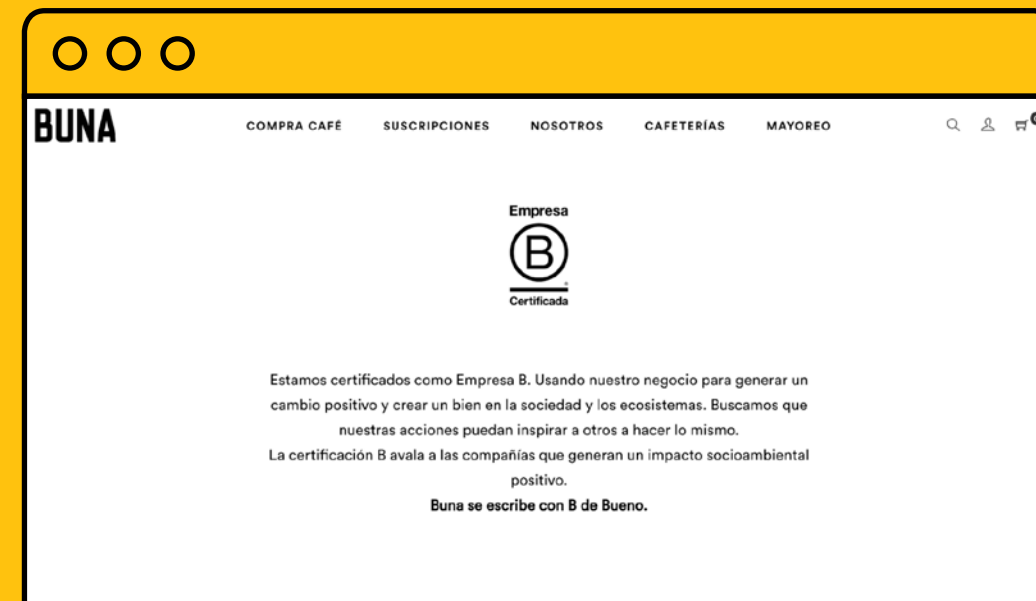
2.



3.



4.



5.



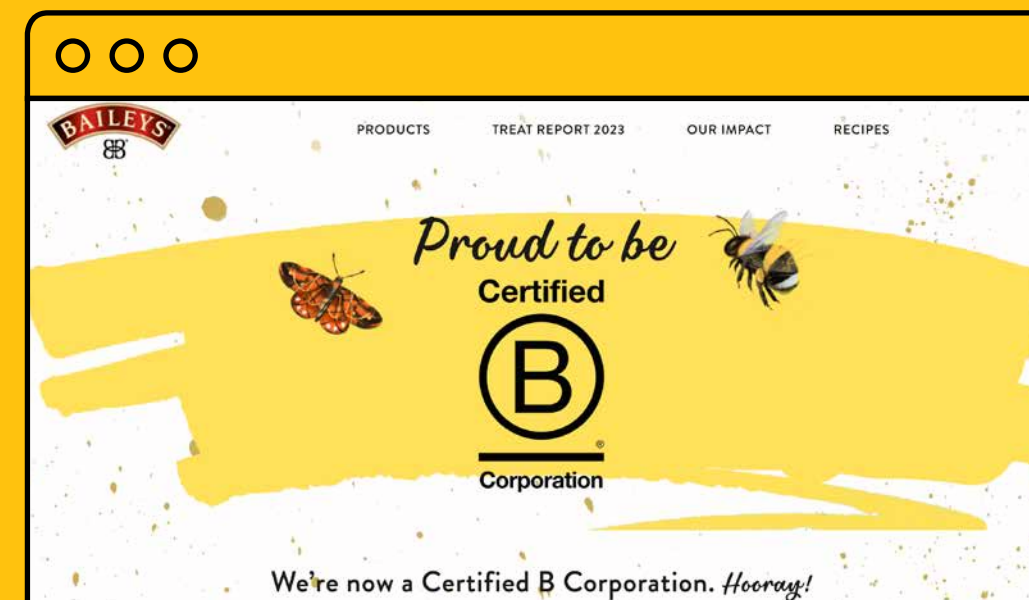
6.



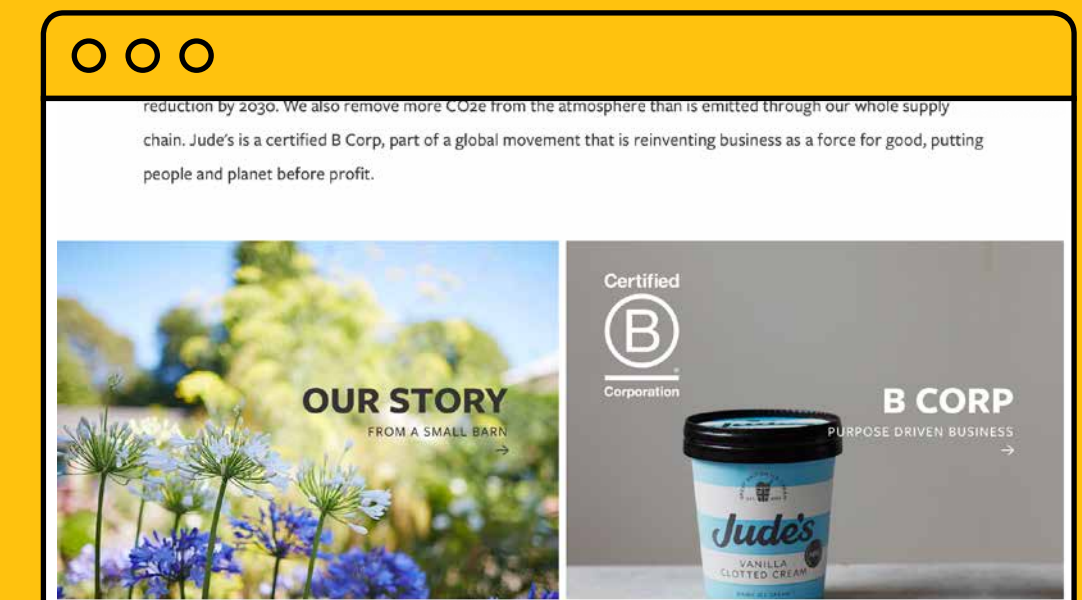
7.



8.



9.



À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES

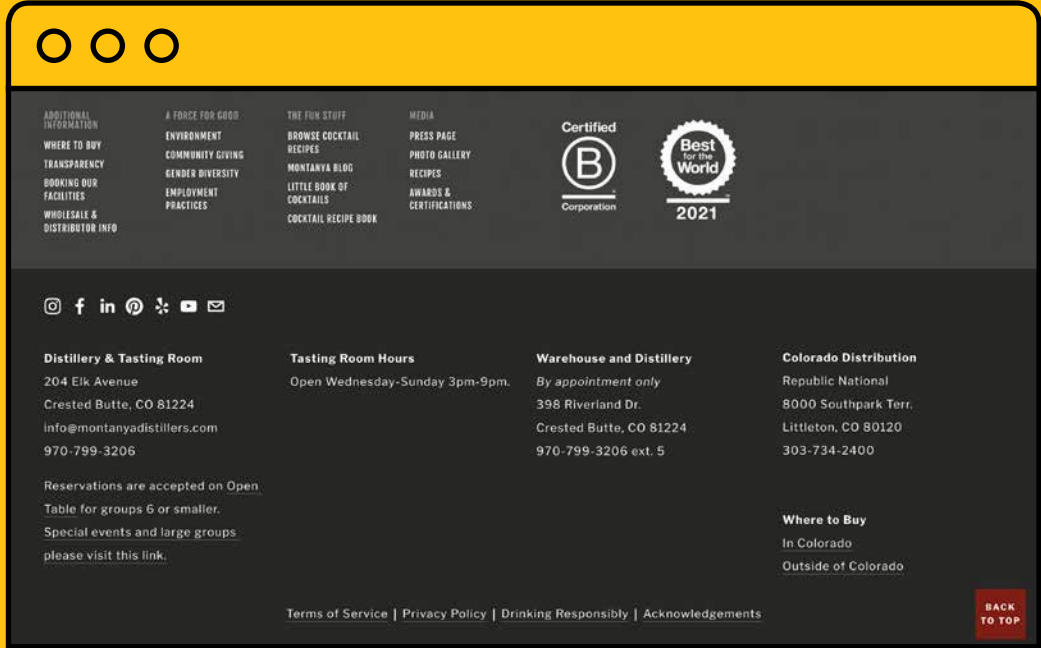


Exemples de bas de page de sites Web

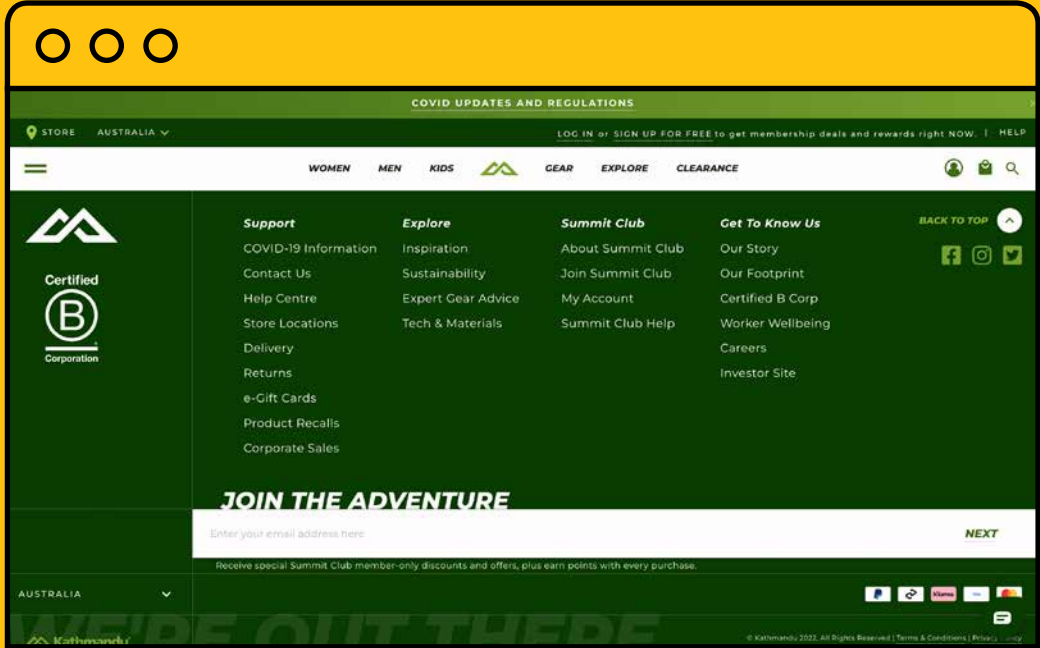
1. Montanya Rum
2. Kathmandu
3. Sylvain
4. Synlait
5. Sawday's
6. Intrepid Travel

*Ceci ne doit être fait que lorsque le site web/IP est destiné à une entreprise entièrement labellisée.

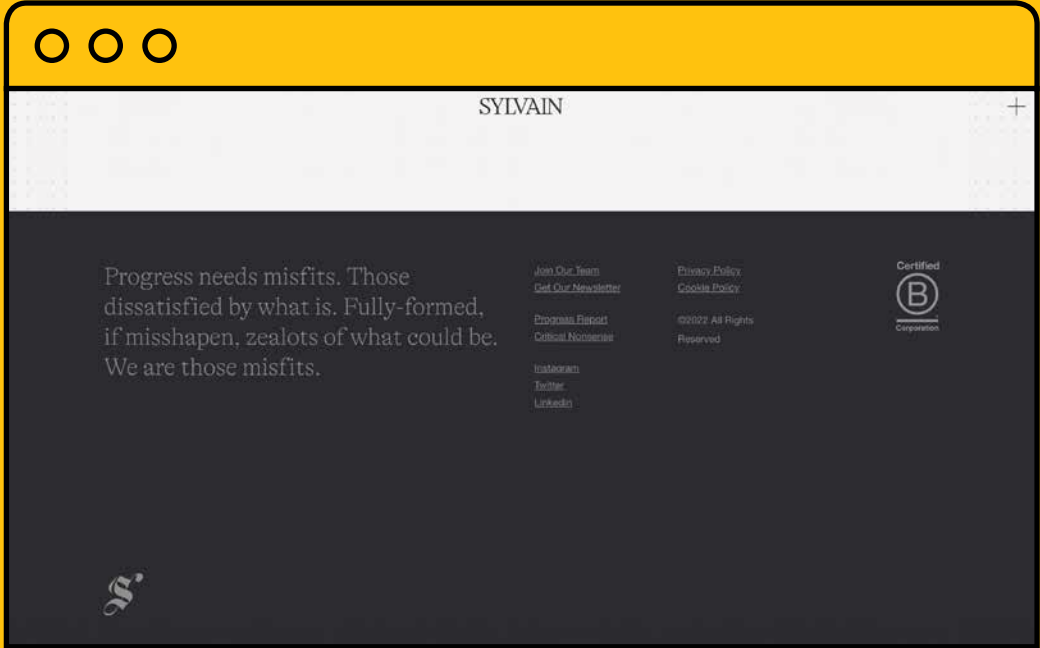
1.



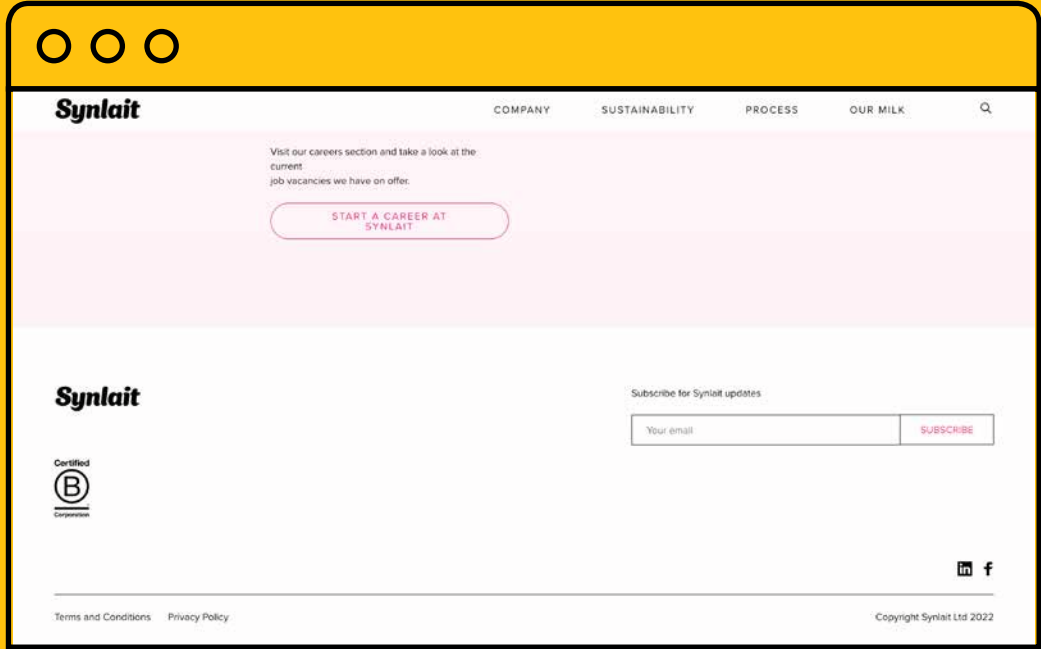
2.



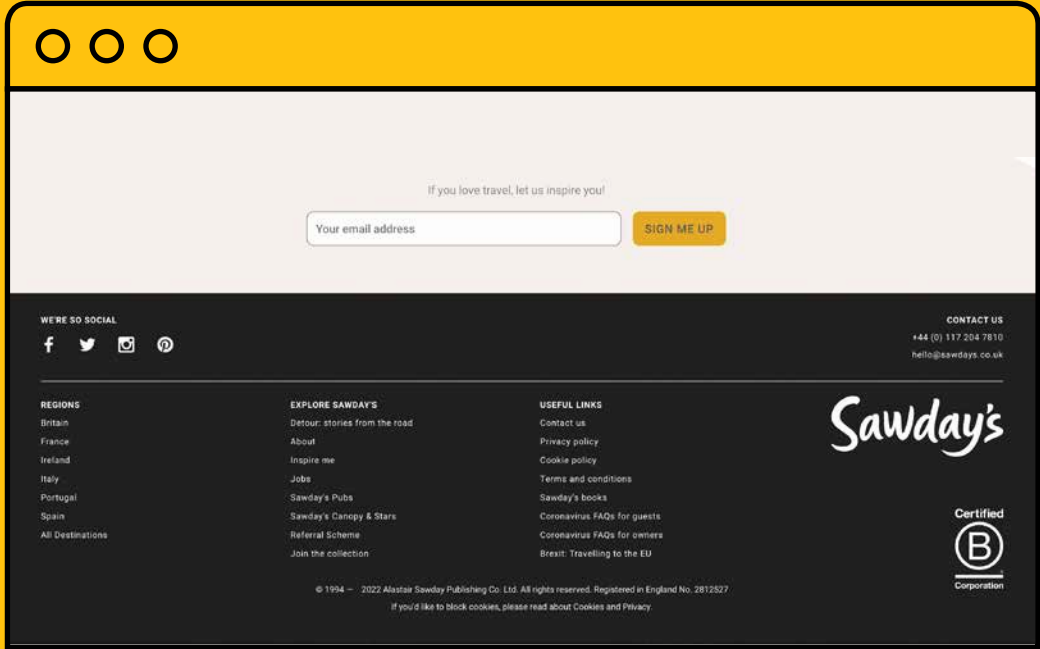
3.



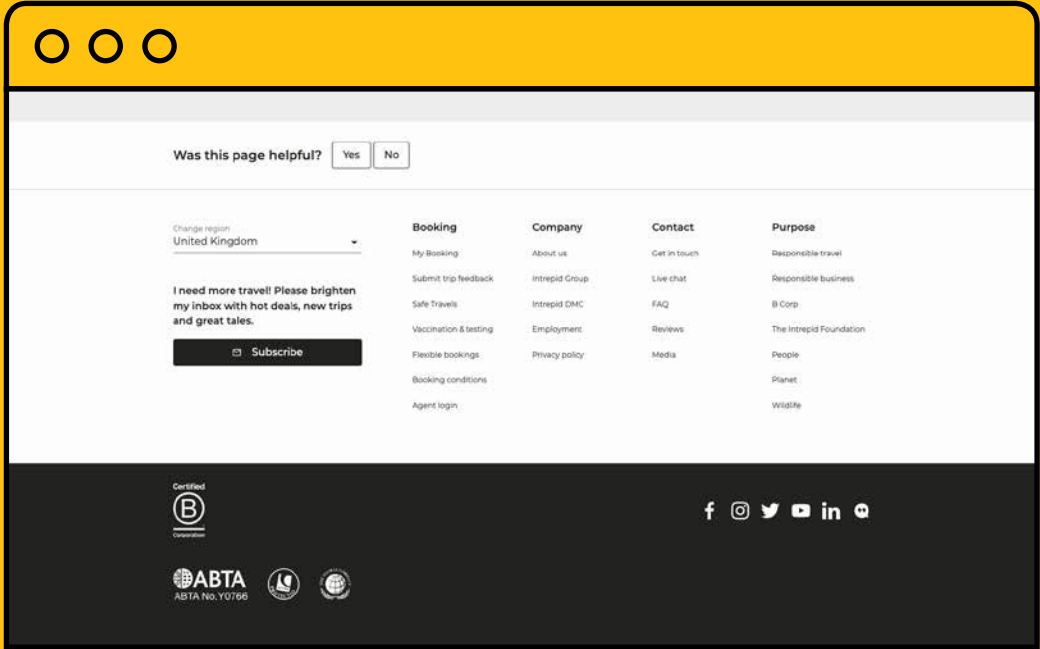
4.



5.



6.



À VOUS DE JOUER ! - EXEMPLES



Exemples de pages de renvoi de sites web

- 1. Bank Australia
- 2. Synlait
- 3. Kathmandu

*Ceci ne doit être fait que lorsque le site web/IP est destiné à une entreprise entièrement labellisée.

Notez que les images sont liées aux sites web.

1.

Bank Australia

Banking Home loans Business Impact Why us

Help Contact Log in

Home / About us /

We're a certified B Corp bank

Certified B Corporations are businesses that meet the highest standards of verified social and environmental performance, public transparency, and legal accountability to balance profit and purpose.

As a B Corp bank in Australia, we're proud to sit alongside other B Corp certified banks around the world, like the Amalgamated Bank in New York and Triodos Bank in the Netherlands.

B Corp is a movement

More than 3400 companies

in 150 industries

across 71 countries

with 1 unifying goal

What is the mission of the B Corp community?

The **B Corp community** works toward reduced inequality, lower levels of poverty, a healthier environment, stronger communities, and the creation of more high quality jobs with dignity and purpose. By harnessing the power of business, B Corps use profits and growth as a means to a greater end positive impact for their employees, communities, and the environment.

What it means to be a B Corp

It's a commitment to balance purpose and profit and use business as a force for good.

It's an opportunity to influence our people, our suppliers, our customers and our industry to do better.

It's just the beginning of a business wide framework for continuous improvement.

It's a certification that our B2B responsible products certification but for our entire business.

Certified B Corporation

Why we became a B Corp

Becoming a B Corp has made us take a long, hard look at everything we do, as well as learn from other purpose driven businesses around the world. We aspire to become one of Australia's leading purpose driven businesses.

2.

Synlait

COMPANY SUSTAINABILITY PROCESS OUR MILK

Certified B Corporation

OUR B CORP™ JOURNEY

Synlait's commitment to ensuring people and planet to the same extent as profit was recognised in June 2020 when it became part of the B Corp™ community.

B Corp™ is a community of leaders driving a global movement of people using business as a force for good. Certified B Corporation™ consider the impact of their decisions on their workers, customers, suppliers, communities, and the environment. This movement resonates strongly with Synlait's purpose to Do More Differently For A Healthier World. Learn more about what being a B Corp™ means for our people, our community, and our customers today.

WHAT IS A B CORP™?

It's a commitment to balance purpose and profit and use business as a force for good.

It's an opportunity to influence our people, our suppliers, our customers and our industry to do better.

It's just the beginning of an exciting journey of continuous improvement.

It's a community of for-profit businesses that want to meet the highest standards of verified social and environmental performance, public transparency and accountability.

Certified B Corporation

WHY IS BEING A B CORP™ IMPORTANT TO SYNLAIT AND OUR CUSTOMERS?

“Sustainability isn't just a buzz phrase for us. It's what we do every day. At all of us. We firmly believe that business can be a force for good. Here at Synlait, B Corp™ certification and our on-going B Corp™ journey, is the ultimate measure of our environmental and social performance.”

→ Synlait Director Sustainability and Brand Murray Bell

“Customer expectations have changed. The customers and consumers that we target to work with are looking for something transparent and ethical supply chains. Synlait's purpose, values and business practices reflect these changes. We are listening and acting.”

→ Synlait Director Business Development & Sales George Ayer

“Synlait is a passionate member of the B Corp™ movement. B Corp™ companies are taking a significant step towards making sustainable business mainstream, and we are excited to join Synlait, a key supply partner for Danone Eau de Vie. Synlait's commitment to social and environmental performance is a force for good. Synlait has a great opportunity to keep shaping our industry for the future.”

→ Former Danone Chairman and CEO Emmanuel Faber

WE'RE IN GOOD COMPANY!

3.

B-CORP

Home → Get to Know Us → Our Footprint → Sustainability / Kathmandu B Corp

WE'RE A CERTIFIED B-CORP

The best thing we're exploring is a better way to do business. In 2019 Kathmandu officially became a part of the global B Corp movement for a more sustainable and inclusive economy.

What does that mean?

Certified B Corporations (B Corps) are part of an initiative from B Lab, a non-profit that serves a global movement of people using profits and growth as a means to a greater end: **positive impacts for their employees, economies, communities, and the environment.**

Kathmandu becomes a Certified B Corp

Certified B Corporation

Watch on

WHAT IS THE CERTIFICATION PROCESS?

Certified B Corporations are required to:

1. Consider the impact of their decisions on all stakeholders.

2. Agree to be transparent on five impact areas: governance, workers, customers, communities, and the environment.

3. Achieve a minimum verified score on the B Impact Assessment.

4. Recertify every two years. This requires them to satisfy the ever-changing standards and expectations of the certification each time.

5. Complete a comprehensive questionnaire, including substantiating evidence, followed up with an interview and reviews by B Corp™, each with stringent guidelines.

WHY DOES THIS MATTER TO YOU?

Fast becoming a global signpost for leadership in environmental and social impact, that little encircled 'B' is a way for customers to instantly recognise that the organisations they buy from are working according to an entirely new way of doing business.

B Corporation certification helps business act as a force for good, and also helps investors select organisations that align with their values. For those adventures and travellers out there, this stringent accreditation means they can trust that we meet the highest standards for positive social and environmental impact.

And that's just it. This isn't an end goal for Kathmandu. The steps we have taken to get to this point make up the first act in this story. Now we just have an international movement supporting us.

We'll continue to strive to create an inclusive and sustainable economy where purpose-driven companies create benefits for all, not just for shareholders.

Share

OUR WORLD

SUSTAINABILITY

OUR FOOTPRINT

B Lab 2025 © All Rights Reserved

56



Plus de ressources

Trouvez les questions fréquemment posées et les liens utiles vers des ressources B Corp.

J'ai une question concernant l'utilisation du logo B Corp ou un autre problème d'utilisation de la marque ou de la propriété intellectuelle.

Contactez brand@bcorporation.net et/ou votre [B Lab local](#) ou [l'organisation Sistema B](#).

Que dois-je faire si je vois une entreprise utiliser abusivement le logo B Corp ou d'autres ?

Contactez brand@bcorporation.net - et référez-vous à [la page du processus de plainte](#) du site web de B Lab Global pour plus d'informations sur la mauvaise conduite ou la fausse représentation par les entreprises B Corp.

J'adore les B Corp ! Comment mon entreprise peut-elle s'impliquer dans des initiatives de marque avec le mouvement B Corp ?

Contactez votre [B Lab local](#) ou votre [organisation Sistema B](#) pour vous renseigner sur les activités du mouvement dans votre région et y participer.

Mon entreprise est une B Corp et nous nous associons à une entreprise non-B Corp pour une initiative. Pouvons-nous utiliser la propriété intellectuelle de B Corp ?

Comme chaque collaboration avec une marque est différente, la meilleure façon de procéder est de contacter brand@bcorporation.net pour discuter de l'utilisation de la propriété intellectuelle.

Le logo B Corp peut-il être utilisé sur des articles promotionnels tels que des vêtements, des accessoires, des gourdes, etc. ?

Comme il est indiqué dans le B Corp Agreement, que toutes les B Corp signent lorsqu'elles reçoivent leur labellisation, les B Corp ont la permission d'utiliser la propriété intellectuelle dans le but d'informer le public que l'entreprise est membre de la communauté. La façon la plus simple de se conformer à cette exigence est d'inclure le logo de l'entreprise sur le même article, idéalement avec une phrase de liaison semblable à "{entreprise} est fière d'être une (logo B Corp)". Veuillez noter que le logo B Corp ne peut être apposé que sur des produits fabriqués par une entreprise labellisée B Corp et qu'ils ne peuvent être commercialisés que s'ils font partie de la gamme principale de l'entreprise présentée et vérifiée dans le cadre du processus de labellisation.

L'organisme de labellisation s'appelle-t-il B Corp ?

Non. Le label B Corp est accordé et administré par B Lab, une ONG internationale à but non lucratif qui conduit le changement des systèmes économiques en créant des standards, des politiques, des outils et des programmes qui modifient le comportement, la culture et la structure du système économique actuel. Les standards de B Lab sont au cœur de l'évaluation du BIA , pour laquelle tous les B Corp obtiennent un score de 80 ou plus afin d'obtenir le label, en plus de satisfaire à l'exigence juridique de respecter la gouvernance des parties prenantes.

Dans le passé, le slogan disait que les B Corp répondaient aux "normes les plus élevées" en matière d'impact social et environnemental. Pourquoi le mot "élevé" est-il désormais utilisé ?

Nous n'utilisons plus l'expression "normes les plus élevées" dans nos communications et nous demandons aux entreprises B Corp d'en faire autant, y compris dans le lockup de nos slogans. Les standards de B Lab sont élevés, mais nous travaillons aussi toujours à les améliorer. Par conséquent, la labellisation B Corp n'est pas la finalité d'une bonne entreprise : c'est juste le début d'un voyage d'amélioration continue. Pour conserver le label, les B Corp sont réévaluées tous les trois ans selon les standards de B Lab - des standards qui évoluent et s'améliorent eux-mêmes.

Est-ce B Corp, BCorp, ou B-Corp ?

Le style correct :

B Corp | Certified B Corporation | B Corporation

Le style incorrect :

**BCorp (sans espace) | B-Corp | B Corp. |
B Company | B Corp company |
Les B Corps (pas de s en français) | B.Corp**

De même, le nom de notre organisation est **B Lab**, et non pas **The B Lab, B Labs, B-Lab, ou B.Lab**.

Qu'est-ce qu'une Pending B Corp ?

Pending B Corp est un statut temporaire accordé par B Lab pour les start-ups et les petites entreprises qui ont généralement moins de 12 mois d'activité et qui ne sont donc pas en mesure de répondre à l'exigence juridique pour la labellisation B Corp. Il est conçu pour donner à ces entreprises le temps de se préparer au processus rigoureux de la labellisation B Corp. Pour devenir une Pending B Corp, une entreprise doit satisfaire l'exigence de responsabilité juridique, remplir et soumettre une évaluation prospective de son BIA et payer des frais uniques. L'entreprise reçoit alors la permission explicite et spécifique d'utiliser la propriété intellectuelle protégée de B Lab - c'est-à-dire le nom “Pending B Corporation” / “Entreprise B Certifiée en création” et le logo “Pending B Corporation” - exclusivement sur son site web, ses canaux numériques et ses communications internes. Le logo “Pending B Corp” ne peut pas être utilisé sur des emballages ou des imprimés. Après une période de temps définie par le B Lab local de l'entreprise ou le partenaire Sistema B, elle doit achever le processus complet de labellisation.

Veillez noter que le terme Pending B Corp ne fait pas référence à une entreprise qui est dans le pipeline ou le processus de devenir une B Corp. Les entreprises doivent demander le statut de Pending B Corp et certaines restrictions s'appliquent. Pour en savoir plus, consultez notre [site web](#).



Les entreprises en cours de labellisation (par exemple, en travaillant avec le B Impact Assessment, ou en soumettant une demande) peuvent-elles utiliser les logos B Corp ou Pending B Corp pour communiquer leur ambition ou leur progrès ?

Les entreprises en cours de labellisation (par exemple, en travaillant avec le B Impact Assessment ou en soumettant une demande) ne peuvent pas utiliser le logo B Corp; cependant, les entreprises peuvent utiliser le terme B Corp dans le texte. Par exemple, une entreprise peut déclarer son intention ou son ambition de devenir une B Corp : *“L'entreprise X s'engage à devenir une B Corp / une entreprise labellisée B Corp”*.

Le logo Pending B Corp ne peut être utilisé que par les entreprises qui ont reçu la confirmation de leur statut Pending B Corp par B Lab sur leur site web, leurs canaux numériques ou leurs communications internes. Les Pending B Corp ne peuvent pas utiliser le logo B Corp.

Est-il possible de partager la vidéo du mouvement B Corp ?

Absolument ! Nous encourageons tout le monde à faire connaître le mouvement B Corp en partageant largement la vidéo qui explique notre vision globale et la manière dont nous travaillons collectivement à sa réalisation. Veuillez vous assurer de bien créditer [bcorporation.net](https://www.bcorporation.net).

Qu'est-ce qu'un B Market Builder ?

Les B Market Builders travaillent dans des régions où la B Economy n'en est qu'à ses débuts, en se concentrant principalement sur la création et le développement d'une communauté florissante de B Corp. Ils soutiennent et engagent les entreprises B Corp locales existantes et aident d'autres organisations à mesurer leur impact social et environnemental.

Les B Market Builders aident à créer la communauté de leaders nécessaire pour montrer à l'écosystème commercial local qu'il est possible de réussir tout en prenant des mesures mesurables en matière de gouvernance et de gestion de l'impact. Dans ce processus, les B Market Builders s'engagent et collaborent également avec des partenaires stratégiques qui peuvent soutenir et accélérer leur travail.

Avec le soutien de B Lab Global, un B Market Builders met également en place les piliers fondamentaux pour développer une organisation solide et financièrement durable qui soutiendra à long terme le mouvement mondial des personnes utilisant les entreprises comme une force pour le Bien commun sur leurs marchés locaux.

Que sont les “B Movement Builders” ?

Inspirés par le leadership de la communauté mondiale B Corp, les B Movement Builders sont une coalition collaborative d'entreprises multinationales de premier plan qui catalysent le mouvement mondial des entreprises en tant que force au service du Bien commun. Tous les B Movement Builders sont des sociétés multinationales ayant un chiffre d'affaires annuel d'au moins 1 milliard de dollars. Ils reconnaissent le leadership des entreprises B Corp et s'engagent à respecter les principes du mouvement B Corp, ainsi que les actions collectives et au niveau de l'entreprise qui donnent vie à ces principes.

Soutenues par le soutien personnalisé du programme B Movement Builders, les entreprises participantes prennent des engagements crédibles, identifient les possibilités de collaboration évolutive et travaillent en interne pour réaliser une transformation efficace qui accélère un changement systémique global des affaires et de la culture. Elles accèdent également à une communauté par laquelle elles peuvent s'engager avec leurs pairs afin de construire le mouvement et d'accélérer son impact. Pour en savoir plus, consultez notre [site Web](#).

Où puis-je trouver les délais pour cesser d'utiliser le logo B Corp, par exemple en cas de non-conformité ou si nous ne sommes plus labellisés ?

La section relative à la résiliation de l'agrément B Corp décrit les délais dans lesquels les entreprises peuvent cesser d'utiliser la propriété intellectuelle de B Corp. Sauf accord contraire avec B Lab, les délais applicables sont les suivants :

- 90 jours pour les emballages imprimés après la date de résiliation (le stock d'emballages existant à la date de résiliation peut continuer à être vendu jusqu'à épuisement)
- 90 jours pour la papeterie, les imprimés et autres supports promotionnels physiques
- 30 jours pour les médias numériques ou imprimés (y compris les médias sociaux, les sites web, les médias imprimés, la publicité extérieure et les offres d'emploi).



[Tout ce que vous devez savoir sur B Lab et le mouvement B Corp](#)

[Trouver une B Corp](#)

[Veillez vous référer à notre Knowledge Base pour des directives et un soutien concernant le label B Corp.](#)

[↓ Télécharger les logos B Corp](#)

[↓ Téléchargez le logo B Corp avec les textes d'appui](#)

[↓ Télécharger le diagramme des piliers d'impact](#)



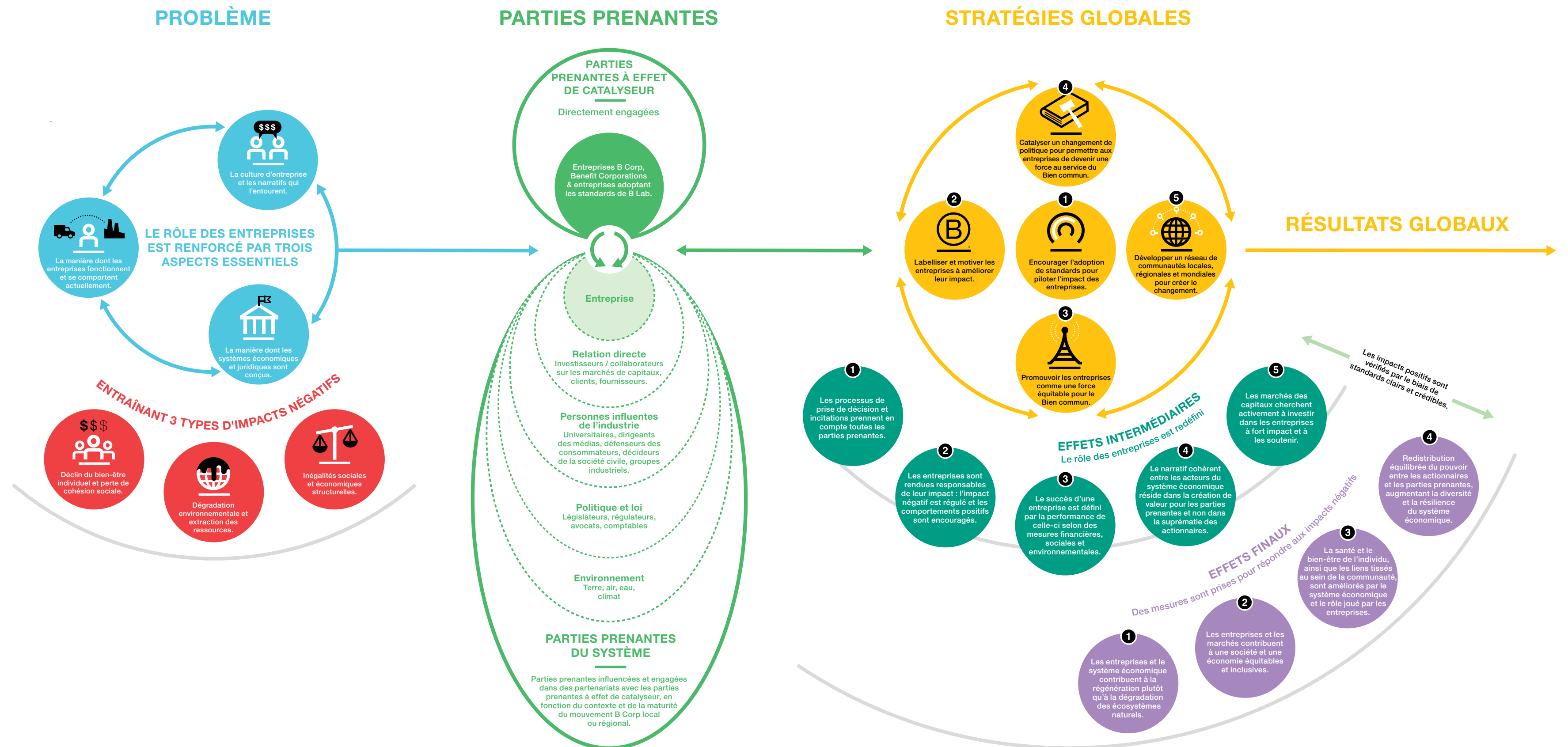
Annexes

Le problème

Le système économique actuel, dont l'un des principaux acteurs est le monde des affaires, ne tient pas sa promesse de créer un impact positif, tout en créant des impacts négatifs importants.

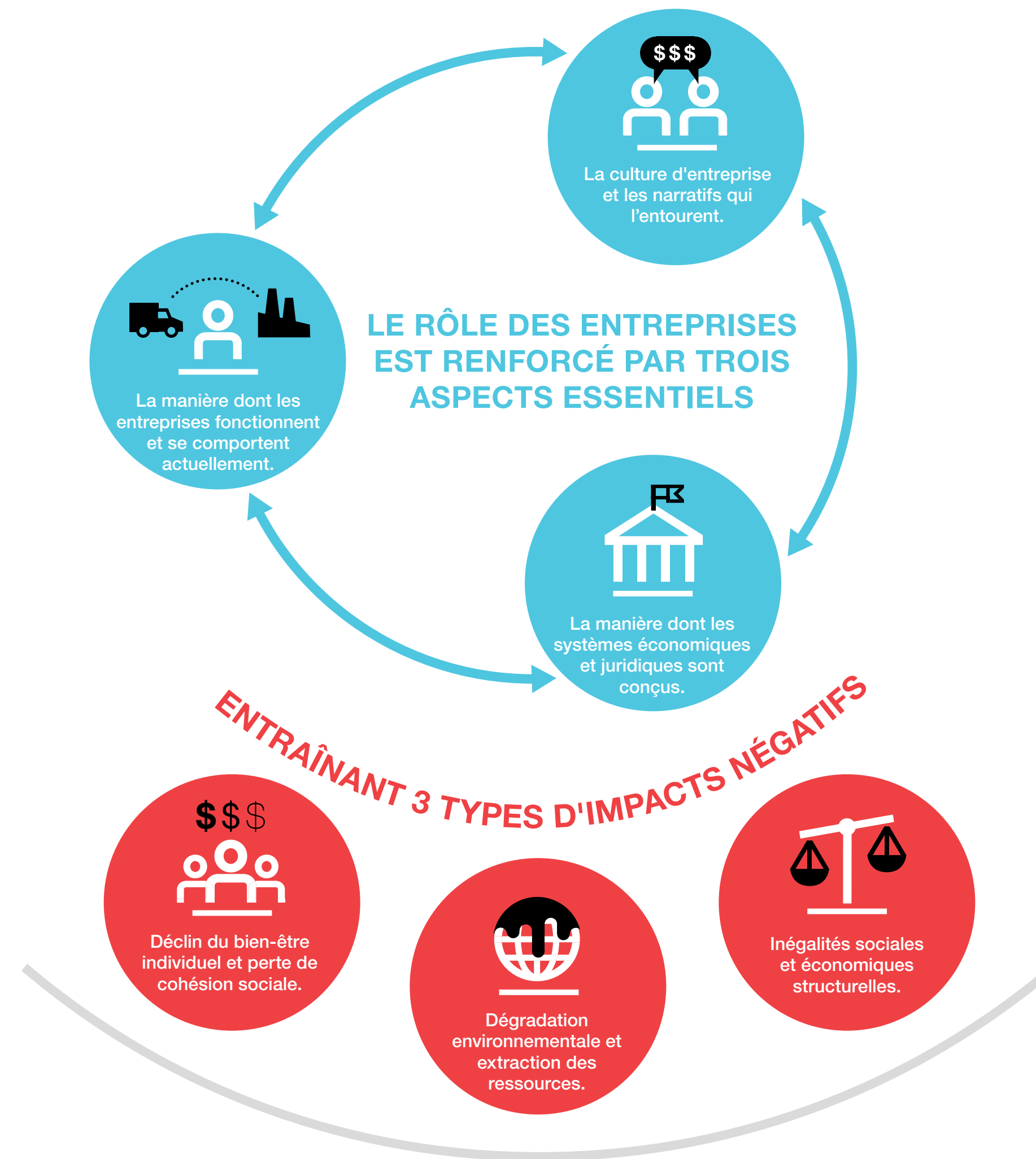
Notre vision du changement

Un système économique plus inclusif, plus équitable et plus régénérateur pour l'humain et le vivant dont ils font partie.



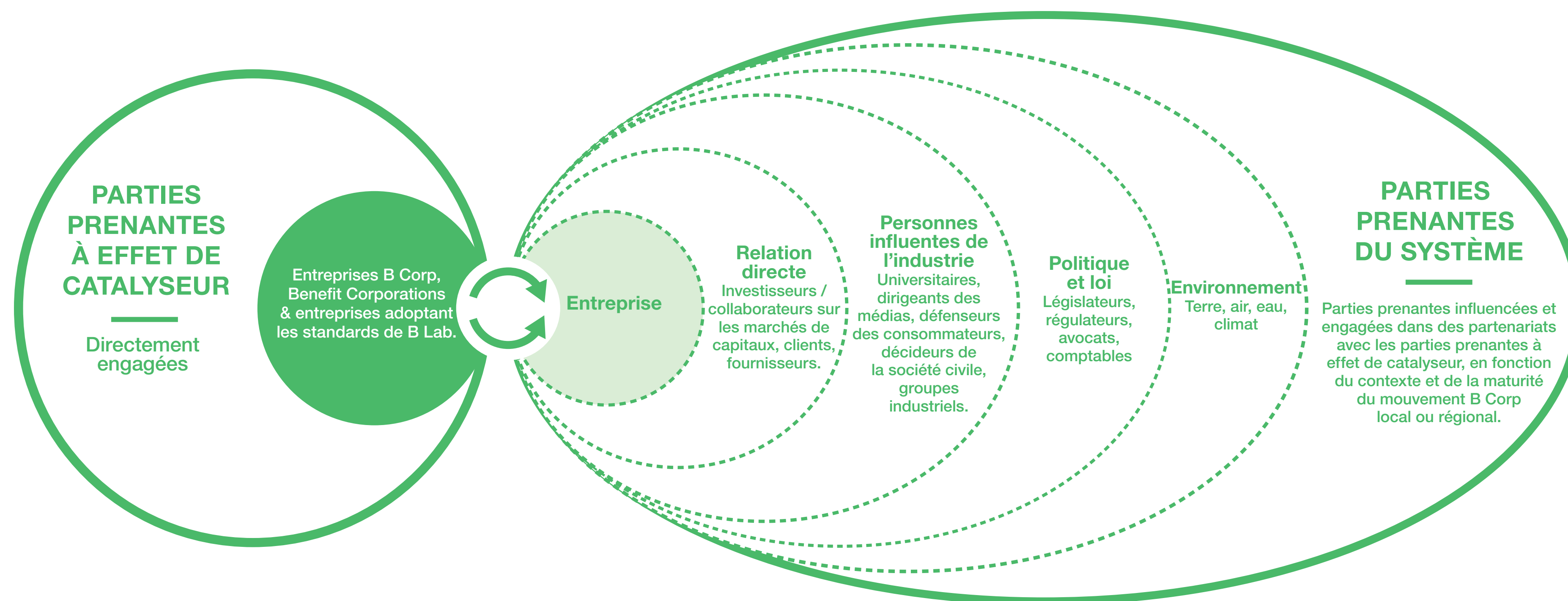
Agrandissement du diagramme Problème

Le système économique actuel, dont les entreprises sont l'un des principaux acteurs, ne remplit pas sa promesse de créer un impact positif, alors qu'il engendre des impacts négatifs importants.



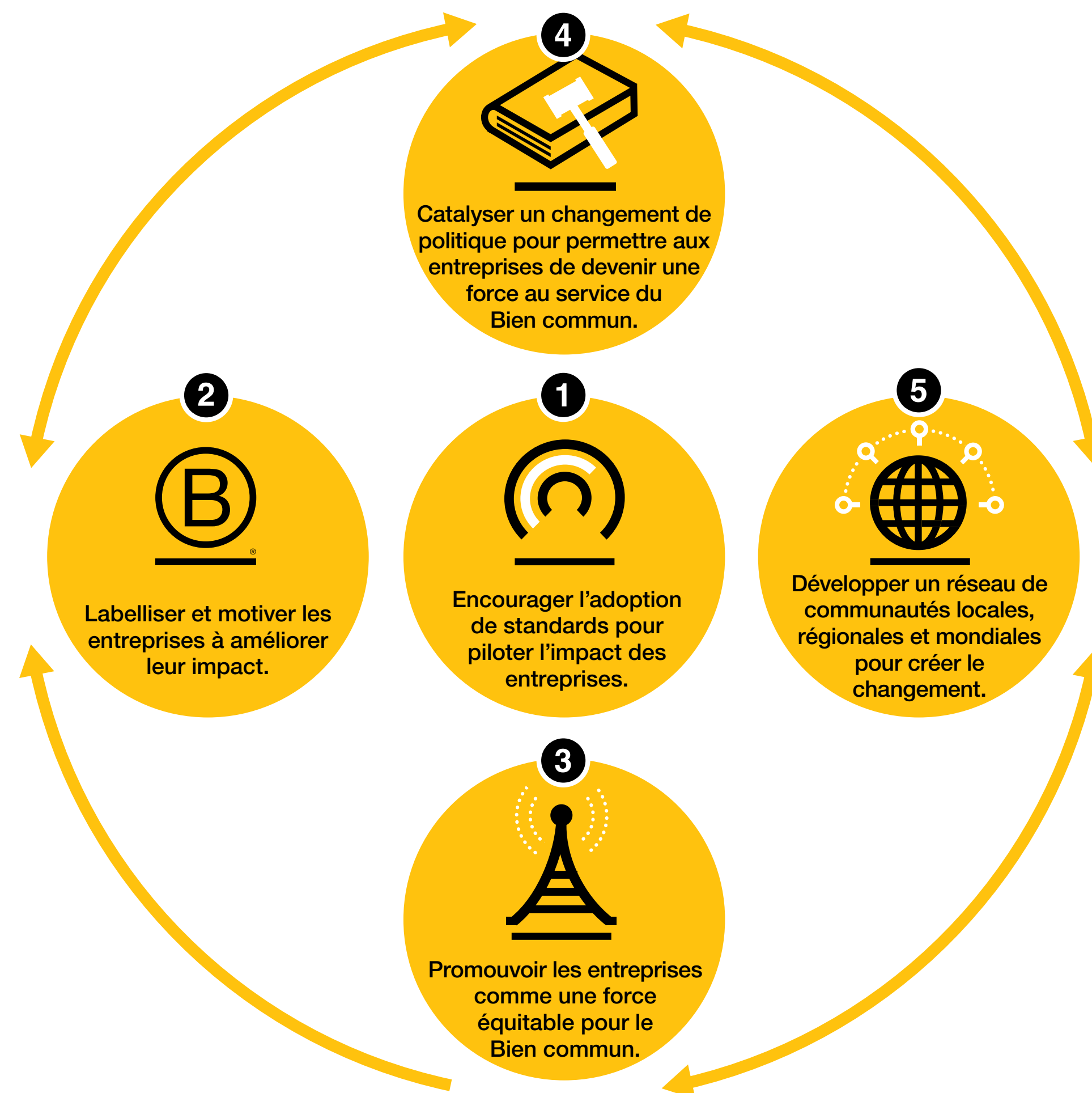
Agrandissement du diagramme Parties prenantes

B Lab et le mouvement B Corp favorisent le changement des systèmes économiques en proposant un modèle d'entreprise axé sur les parties prenantes : un modèle qui prend en compte les besoins des collaborateurs, des clients, des collectivités et de l'environnement, et qui collabore avec des partenaires dans les domaines de la politique et de la société civile.



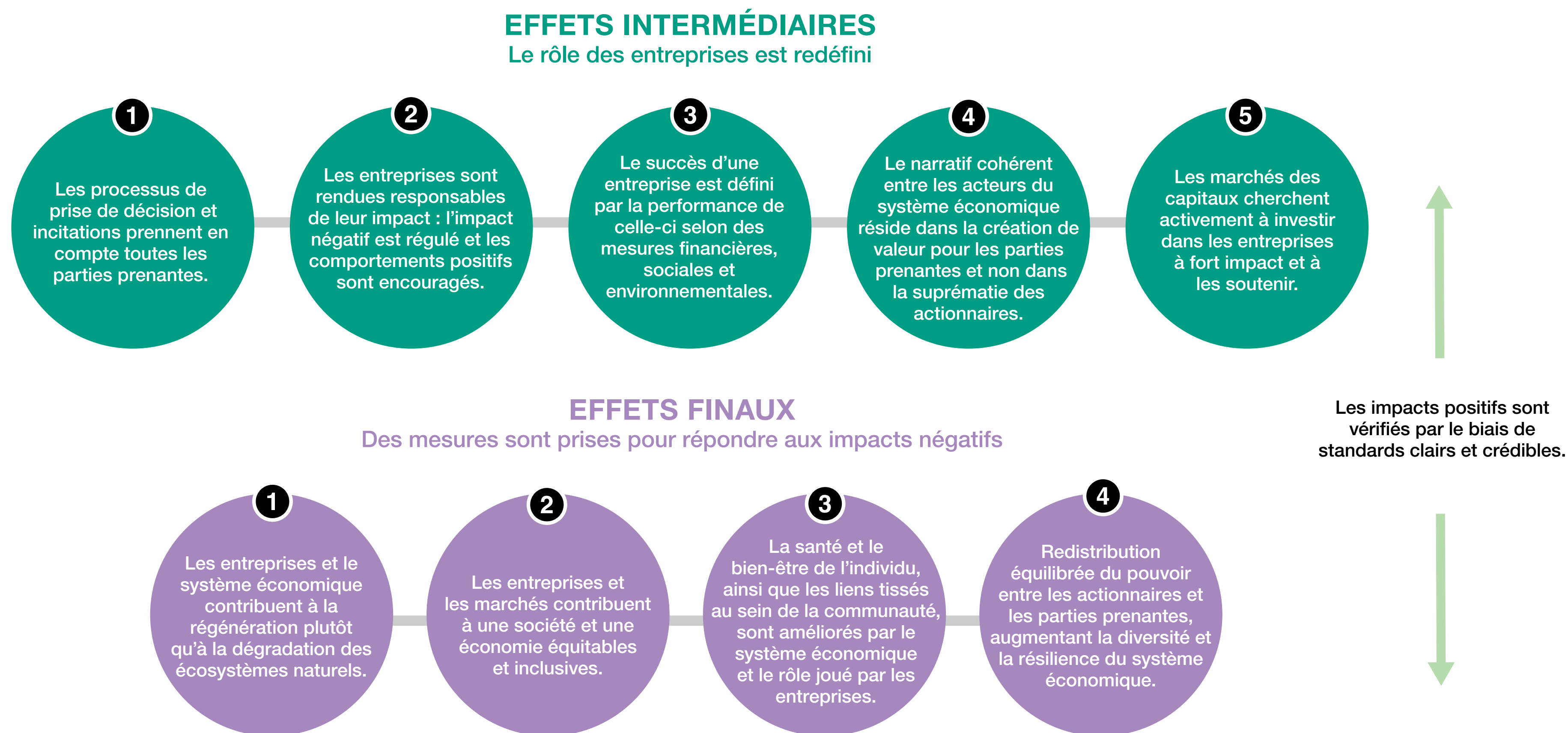
Agrandissement de “Que fait le B Global Network”

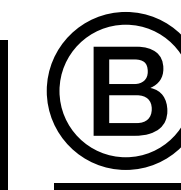
B Lab et Sistema B se concentrent sur cinq stratégies globales dans la poursuite de leur vision, un cadre interconnecté qui place les standards de B Lab au coeur d'un nouveau récit global pour les entreprises en tant que force pour le Bien commun, conduisant à des changements politiques et faisant progresser l'action collective.



Agrandissement de résultats globaux

Les stratégies globales de B Lab et de Sistema B visent à atteindre les résultats globaux : objectifs intermédiaires et finaux de son travail de changement des systèmes économiques, visant à redéfinir le rôle des entreprises et à remédier à leurs impacts négatifs sur le monde.





Introduction

Creating systemic change isn't easy – particularly when your business spans three different sectors, as ours does. The past few years have shown that the tech, editorial and advertising world have a lot of catching up to do to become more sustainable. None of the problems these sectors face can be solved overnight, least of all by one company. But by taking a step in the right direction, we hope that others will follow. And as part of the creative community, we know that starting is often the hardest part.

Time for a quick disclaimer. We need to be clear that the ambitions set out in this report are just that: ambitions. Achieving them will depend on our business continuing to grow as it is today, along with a number of other factors outside our direct control, such as government regulations and market conditions. If things change in any of these areas, we may need to revisit our plans accordingly.

We can't wait to see where this journey takes us. But, more importantly, we know we can't accomplish this on our own. Creating a better future is a team effort. We hope this report will inspire you to make some changes too.

**This year –
2021 – marks
our first
anniversary
of becoming
a Certified B
Corporation.**

So what's a B Corp anyway?

Society's most challenging problems can't be solved by government and non-profits alone. Businesses must play their part too – and that's where B Corporations (or B Corps) come in. B Corps are companies that harness the power of business to make a positive impact on the world – balancing people, planet, and profit. Think Patagonia, Ben & Jerry's, and Tony's Chocolonely.

What's important is that B Corps don't just say they're making a difference: they're verified to do so. To become a B Corp, businesses have to – in the words of the B Corp movement – “meet the highest standards of verified social and environmental performance, public transparency, and legal accountability”.

B Corps achieve a minimum verified score on the B Impact Assessment – a rigorous assessment of five impact areas: governance, workers, customers, community, and environment. They also must amend their legal governing documents to require their board of directors to balance profit and purpose.






Alison Michalk
CEO

Welcome to our first Quiip Impact Report

Becoming a certified B Corp in 2018 was a huge achievement for Quiip and the beginning of our journey to further re-defining success in business. As a B Corp we have a framework for how we can improve as a business, whilst valuing people, the planet and profit. And it means making a commitment to creating a durable and shared prosperity for all.

As an entirely distributed company that advocated for radical flexibility whilst supporting employees holistically - we've always done things our way. And it was this type of approach to doing business differently, that led us to B Corp certification.

Even amidst these difficult times, from bushfires to COVID, we're optimistic even we can #buildbackbetter and we believe the B Corp movement can provide pivotal support to organisations looking to use business as a force for good.

Action; Advocacy and supporting the B Corp Movement



Since certifying in 2018 and joining our fellow B Corp business community we have become active and passionate advocates for those seeking to create a “new economy” that favours people, the planet and profit. Our advocacy work includes:

NetZero2030 | We were one of 700 companies globally to commit to Net Zero emissions by 2030. This is 20 years ahead of the 2050 targets set in the Paris Agreement and the most aggressive climate action effort by a group of businesses in the world.

Climate Action | We joined forces with Australian business collective This is #NotBusinessAsUsual, which includes many B Corps, to unify the message about climate action on 20 Sept, 2019. On the day of the strike, Quiip staff attended rallies in Sydney, Melbourne and Los Angeles.

Future Super's “Equality Is Everyone's Business” | Alison interviewed on film for Future Super's (a fellow B Corp) campaign targeting data transparency re: gender equality in the ASX100

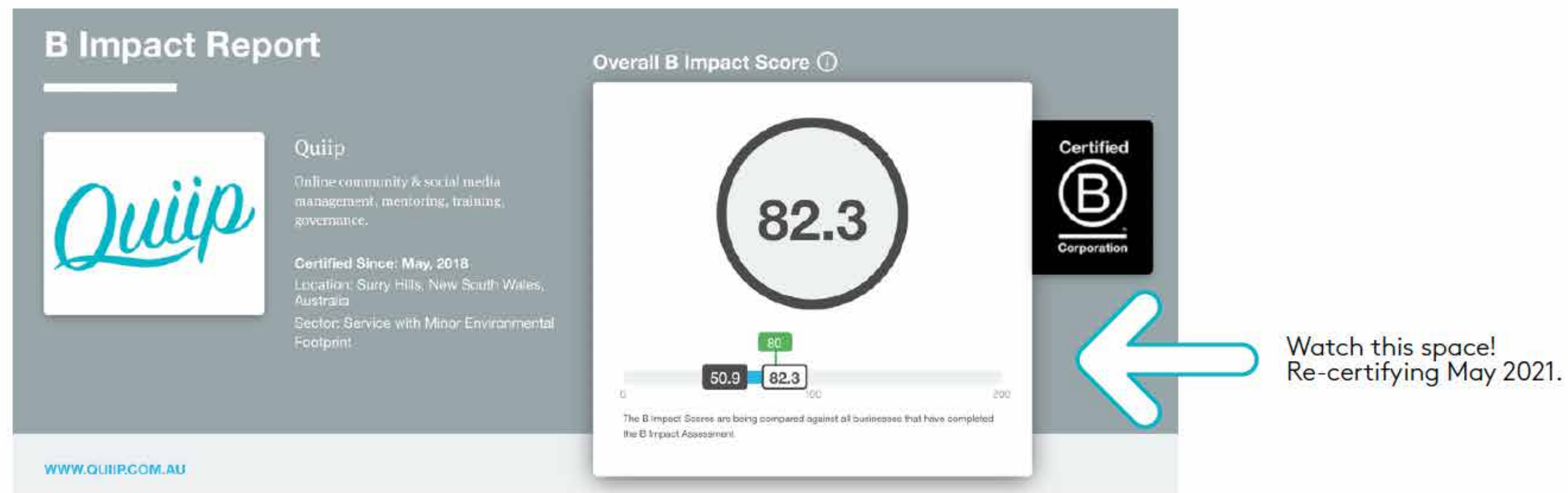
B Corp Panels | Quiip along with fellow B Corps Dynamic4 and StartSomeGood organised & hosted two panel events in Sydney for the B Corp community.

B Local Sydney Board | In January 2020 CEO Alison Michalk joined the newly formed B Local Sydney Board as Communications Chair.

B Corp Community | Utilising her pro bono time made available through Quiip Alison drove an initiative to launch a national online community. Combining her expertise in online community with her passion for the B Corp movement was the perfect match! www.bcorpcommunity.com.au

Quiip ©

Can we help?



If you're interested in any of the initiatives we've mentioned in our Impact Report we're more than happy to share resources and learnings. We're already looking forward to rectifying in May 2021 and the improvements this will drive.

If you're interested in our social media and online community management services, please get in touch.

Alison Michalk
alison@quiip.com.au



Welcome Our reporting approach Our business in brief Our financial performance Responsible banking Our customers Our people People and planet Appendices

We aspire to be a leading purpose-driven business in Australia.

In June we achieved our B Corporation accreditation, scoring 104.2

The minimum score to become a B Corporation is 80.

B Corporations, known as B Corps, are businesses that meet the highest standards of verified social and environmental performance, public transparency, and legal accountability to balance profit and purpose.

We join a community of over 3,400 other businesses in 60 countries around the world that are using the power of business to benefit people and the planet, and create a more inclusive and sustainable economy.

The B Corp community works toward creating reduced inequality, lower levels of poverty, a healthier environment, stronger communities, and the creation of more high quality jobs with dignity and purpose.

The combination of third-party validation, public transparency, and legal accountability help certified B Corps build trust and value.

B Corp certification is administered by the non-profit B Lab.

Why B Corp?

The aim of B Corp aligns closely with our desire to use the business of banking to create a positive impact.

B Corp certification also means our customers can be confident that our commitment to being a purpose-led business has real world implications.

The certification demonstrates that we already operate using sustainable and ethical practices, while also providing a global best practice framework for us to measure and evaluate our impact performance moving forward.

The B Corp performance framework will guide our strategy to continuously improve how the bank creates positive outcomes for customers, employees, communities and the planet. In this way, it strongly aligns to our Global Alliance for Banking on Values (GABV) goals and values.

Becoming a B Corp also gives us greater access to a global community of other purpose-driven businesses to learn from and collaborate with, helping expand our role as a thought leader in responsible banking.

Staff from all areas of the bank will be involved in embedding the B Corp performance framework into their operations over the coming years.

Read our full assessment at bcorporation.net/directory/bank-australia

The B Corporation accreditation process

Certifying as a B Corp goes beyond product or service level certification.

It is the only certification globally that systematically measures overall social and environmental performance. The B Corp accreditation is called 'B Impact Assessment'. The assessment looks at how a company's business model and operations impact their:

- 1. Governance
- 2. Workers
- 3. Community
- 4. Environment
- 5. Customers

Questions are split into two categories: Operations, which covers a company's day-to-day activities, and Impact Business Models, which awards additional points for business models designed to create positive impact.

Independent B Corp assessors guide a company through a rigorous process, asking questions and requesting data – from facts and figures to policies, procedures and strategies, as well as interviews with staff – to prove the positive impact of the business. The assessment involves more than 300 questions related to all aspects of the company operations, and the way it acts to have a positive impact.

B Corp Certification requires a minimum verified total score of 80 across all impact areas.

B Corp Certification doesn't just prove where a company excels now – it commits a business to consider impact for the long-term by building it into the very fabric of the company.

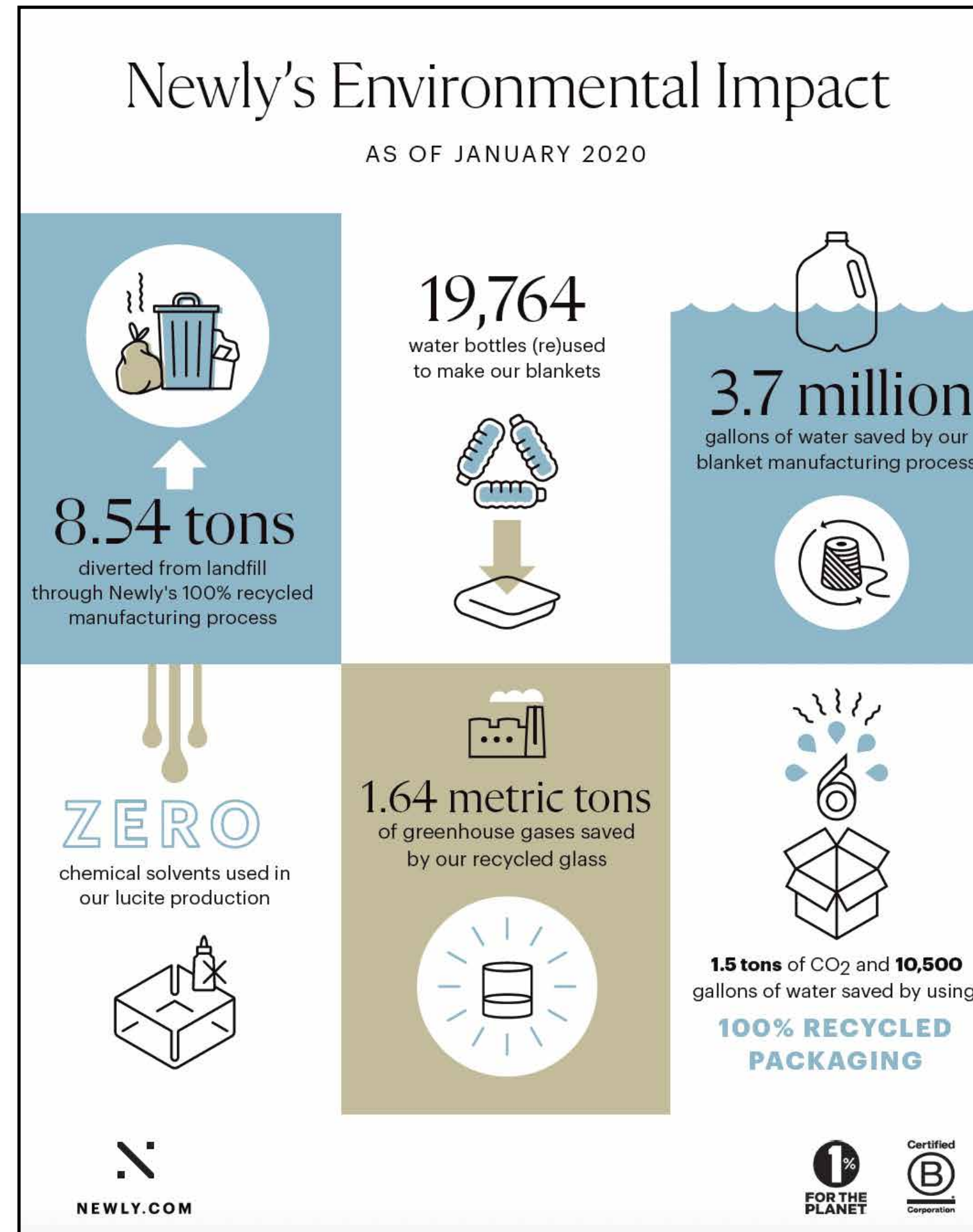
All Certified B Corps share their B Impact Assessment overall scores and category scores on their public profiles on bcorporation.net, in the spirit of transparency and accountability.

B Corps are reassessed every three years. At each assessment, the criteria becomes more ambitious as B Corps are encouraged to continuously develop their business and increase their positive impact.

The B Corp logo

The B Corp logo is used by certified B Corps and provides an external validation of the company as a purpose-driven business. We'll begin to use the B Corp logos alongside our own.







MERCI !

Si vous avez des questions concernant l'utilisation
correcte de ces directives, veuillez contacter :
brand@bcorporation.net