



# DOSSIER D'INVESTISSEMENT POUR LA PLANÈTE (PROJET)



**TIME FOR THE PLANET**



**VERSION JUIN 2020**





|   |           |
|---|-----------|
| <b>I. La raison d'être de Time for the Planet (TP)</b>                            | <b>3</b>  |
| 1ère levier : Créer des entreprises   | 4         |
| 2ème levier : Rendre toutes les innovations open source                           | 4         |
| 3ème levier : La puissance de l'argent  | 5         |
| 4ème levier : Le réinvestissement et la création d'un nouvel indicateur           | 5         |
| <b>II. Concept et roadmap</b>   | <b>7</b>  |
| 2.1. Le concept de Time for the Planet  | 8         |
| 2.2. La Roadmap   | 10        |
| 1ère étape : Notre preuve de concept  | 11        |
| 2ème étape : 1er semestre 2020 : Création d'une société en commandite par actions | 11        |
| 3ème étape : Fin 2020 Communication auprès du grand public                        | 12        |
| 4ème étape : 2021 : Bêta- test et appel public à l'épargne                        | 12        |
| 5ème étape : 2022 : Lancement "industriel" des créations d'entreprises            | 13        |
| 6ème étape : 2023-2025 : Impact mondial   | 13        |
| 7ème étape : 2025-2031 : Management et sorties                                    | 13        |
| 8ème étape : 2031 : Sorties puis réinvestissement                                 | 14        |
| 9ème étape : Essaimage et dissolution éventuelle de Time for the Planet           | 14        |
| <b>III. Les indicateurs clefs de suivi</b>  | <b>15</b> |
| 3.1. Suivi de l'impact via le Référentiel Net Zero Initiative                     | 15        |
| 3.2 Suivi de la performance par le TRP : Taux de Retour pour la Planète           | 17        |
| 3.2.1 La tonne équivalent CO2   | 17        |
| 3.2.2 L'investissement  | 17        |
| 3.2.3 La durée  | 17        |
| 3.2.4 Le calcul du Taux de Retour pour la Planète                                 | 18        |
| 3.3 Le rendement financier (TRI)  | 19        |
| 3.3.1 Politique de distribution de dividendes                                     | 19        |
| 3.3.2 Politique de revente d'actions  | 19        |
| 3.2.3 Le taux de rentabilité interne (TRI)  | 19        |
| 3.3.3 Risque de perte du capital investi  | 19        |
| <b>IV. Le prisme d'investissement de TP</b>                                       | <b>20</b> |
| 4.1. Critères   | 20        |
| 4.2. Le périmètre d'action  | 20        |
| 4.3. Dealflow   | 21        |
| 4.4. Objectifs  | 22        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>V. Time for the Planet au service de ses filiales</b>                         | <b>23</b> |
| 5.1. Time for the Planet : Startup Studio ? Fond d'investissement ? Incubateur ? | 23        |
| 5.2. L'open source, l'ingrédient qui change la donne                             | 23        |
| 5.3. Bénéfices de la présence majoritaire de Time for the Planet au capital      | 25        |
| 5.4. Méthodologie  | 27        |
| 1ère étape : Sélection du problème scientifique                                  | 28        |
| 2ème étape. Recherche d'un avantage concurrentiel                                | 28        |
| 3ème étape : Test marché à haute fréquence et investissement                     | 29        |
| 4ème étape : Recrutement de l'équipe fondatrice de la filiale                    | 29        |
| 5ème étape : Constitution du board d'une filiale                                 | 30        |
| 6ème étape. Création de la société, conception du MVP                            | 30        |
| 7ème étape. Passage en open source et investissements successifs                 | 32        |
| 8ème étape : Schémas de sortie des filiales                                      | 34        |
| <b>VI. Structuration juridique et gouvernance</b>                                | <b>37</b> |
| Une société à mission : l'une des premières de France                            | 37        |
| 6.1 Notre forme juridique initiale :   | 37        |
| 6.2 Notre forme juridique actuelle : La Société en Commandite par Action         | 37        |
| 6.2.1. Le(s) associé(s) commandité(s) :  | 37        |
| 6.2.2 Les actionnaires commanditaires :  | 38        |
| 6.2.3 La gérance   | 38        |
| 6.2.4 Le conseil de surveillance :   | 38        |
| 6.2.5 Schéma de la gouvernance :   | 39        |
| 6.2.6 Le capital social et valorisation :  | 40        |
| 6.2.7 L'achat et la vente d'actions  | 40        |
| 6.3 Offre au public de titres financiers / AMF :                                 | 40        |
| 6.4 Notre Conseil  | 41        |
| 6.5 Investissements dans les filiales  | 41        |
| 6.6 Entreprises en difficulté et cessation d'activités                           | 42        |
| <b>VII. La charte</b>  | <b>43</b> |
| 7.1 Notre constat : l'urgence absolue de la crise environnementale               | 43        |
| 7.2 La puissance de l'entrepreneuriat  | 43        |
| 7.3 Non-Lucrativité  | 43        |
| 7.4 Création et financement d'entreprises ambitieuses                            | 43        |
| 7.5 Open Source  | 44        |
| 7.6 Intelligence collective  | 44        |
| 7.7 Bienveillance  | 44        |
| 7.8 Transparence   | 44        |
| 7.9 Éthique  | 44        |
| <b>VIII. L'équipe</b>  | <b>45</b> |
| 8.1 Équipe actuelle  | 45        |
| 8.2 L'équipe à 5 ans   | 54        |
| 8.3 Organigramme à 5 ans   | 55        |
| <b>Conclusion</b>  | <b>56</b> |

# I. La raison d'être de Time for the Planet (TP)

**La vie sur terre est en danger, à court terme.**

Le changement climatique va entraîner des catastrophes trop importantes pour que notre mode de vie et l'économie mondialisée y survivent. Le monde à +3°C est un monde invivable : déplacements de centaines de millions de réfugiés climatiques, destructions de villes côtières majeures, guerres pour l'accès à l'eau, terres cultivables en diminution pour une population en expansion, crises économiques liées à l'impossibilité de fournir l'énergie nécessaire à la croissance (pétrole de plus en plus difficile à produire, pas d'alternative réellement propre aux énergies carbonées).

**Nous sommes la dernière génération à pouvoir encore agir contre le changement climatique. Ensuite, il sera trop tard.**

Pour survivre, l'Humanité va devoir focaliser ses efforts et ses ressources sur la problématique du changement climatique.

**Time for the Planet propose une plan pour cela :**

**1ère levier : Créer des entreprises rassemblant des inventeurs, des entrepreneurs et de l'argent**

Nous croyons au génie humain. Nous savons que, partout dans le monde, il existe des inventeurs qui mettent au point des solutions capables de stopper le changement climatique.

Il faut absolument que ces inventions deviennent des entreprises pour être développées à l'échelle mondiale, en un minimum de temps.

Pour cela, il faut associer à chaque inventeur des entrepreneurs aguerris et leur apporter de l'argent.

C'est ça, Time for the Planet.

Mais pas que.

## 2ème levier : Rendre toutes les innovations open source

Monter une unique entreprise pour développer une invention ne suffira pas : il y a trop de risques qu'elle échoue, qu'elle reste petite trop longtemps, et qu'en conservant le secret de ses découvertes, elle ne puisse pas atteindre assez vite la dimension mondiale qu'elle doit avoir pour que son impact soit maximal.

**Aussi, Time for the Planet va agir en rendant *open source* chacune des découvertes.**

Pour que le génie humain puisse copier, améliorer, diffuser plus rapidement les inventions les plus fondamentales pour la survie de l'Humanité.

Nous entrons dans l'aire de la coopération mondiale.



*“La recherche est aujourd'hui beaucoup plus communautaire ; Galilée travaillait en solitaire”*

Jean Jouzel, Climatologue Prix nobel de la paix avec le GIEC en 2007

Membre de Time for the Planet.

## 3ème levier : La puissance de l'argent

Nous n'avons pas le temps. Nous devons aller très, très vite. Pour cela, les sommes investies sur les entreprises doivent être conséquentes et mobilisables rapidement. En moyenne, une entreprise met 9 mois à boucler un tour de table et, pendant ce temps, ralentit ses efforts de R&D et commerciaux.

Nous voulons disposer d'une capacité à déclencher les financements rapidement sur les entreprises qui font leurs preuves, sans que les fondateurs aient à passer des mois à pitcher devant des dizaines de fonds d'investissement.



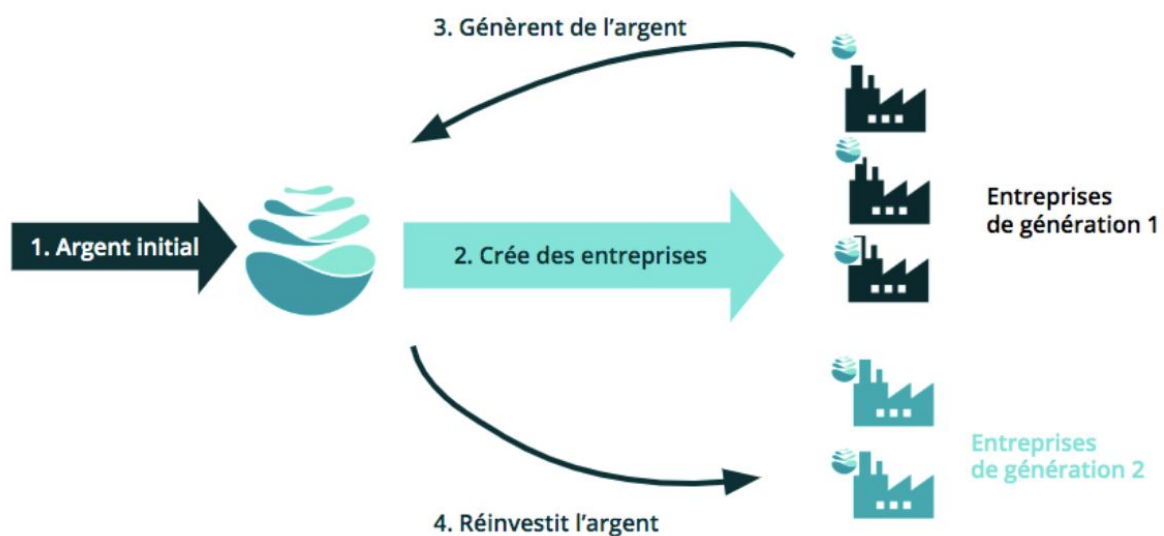
## 4ème levier : Le réinvestissement de 100% des bénéfices et la création d'un nouvel indicateur : le TRP (Taux de Retour pour la Planète)

Les entreprises créées par Time for the Planet devront à la fois régler un problème environnemental et être rentables. Celles qui généreront des bénéfices feront remonter une part de ce bénéfice à Time for the Planet.

Nous utilisons 100% des excédents pour réinvestir en créant de nouvelles entreprises et permettre à Time for the Planet de décupler son action.

En conséquence il n'y a pas de sens à piloter Time for the Planet sur la base d'un TRI. Nous proposons donc un nouvel indicateur : [le TRP \(Taux de Retour pour la Planète\)](#).

### Le modèle **Time for the Planet**



## II. Concept et roadmap

La construction de Time for the Planet se fait par itérations.

Nous proposons ici une vision de ce que nous souhaitons accomplir. Ces étapes sont évidemment amenées à évoluer.

Nous proposons dans un premier temps une vision de notre concept, afin de montrer le potentiel de Time for the Planet **(2.1)**. Puis, dans un second temps, une idée de notre roadmap **(2.2)**.

2020

1

Preuve de concept

2

Création d'une société en commandite par actions

3

Communication auprès du grand public

4

Bêta-test et Appel public à l'épargne

5

Lancement "industriel" des créations d'entreprises

6

Impact mondial

7

Management et sorties

8

Sorties puis réinvestissement

9

Essaimage et dissolution éventuelle de TP

2031

## 2.1. Le concept de Time for the Planet

Time for the Planet, c'est avant tout 3 composantes :

1. Un inventeur/une inventeuse ayant trouvé une façon de régler un problème environnemental majeur
2. Une équipe d'entrepreneur.es confirmé.es pour rendre cette invention mondiale
3. De l'argent pour financer le développement rapide de l'entreprise

Pour démontrer notre capacité à réaliser cela à grande échelle, nous envisageons notre la mise en place de notre concept de la façon suivante :

### a) Aspect financier

Démontrer que les citoyen.nes, entrepreneur.es, financiers et toutes personnes ayant vocation à acheter des actions de Time for the Planet sont prêts à investir financièrement pour sauver la planète. Nous devons dans un premier temps récolter un montant significatif (au moins 3 à 5 millions d'€) pour prouver que :

- Toutes les catégories de populations souhaitent lutter à grand échelle contre le dérèglement climatique.
- Parmi ces personnes certaines sont d'accord pour utiliser une partie de leur argent pour autre chose que gagner encore plus d'argent.
- Time for the Planet peut devenir Grand.
- La communauté des citoyen.nes investisseurs est capable de rejoindre celle des financiers préoccupés par le risque systémique du changement climatique.

### b) Inventions/inventeurs

Une fois cette première somme levée, nous serons en mesure d'investir dans la création de 1 à 3 premières entreprises. Nous avons d'ores et déjà choisi les sujets prioritaires sur lesquels nous souhaitons que Time for the Planet agisse : construction sans ciment, capture du carbone, enregistrement de la donnée informatique dans l'ADN. Ces choix sont néanmoins évolutifs en fonction de nouvelles opportunités pouvant se présenter à nous. Nous sommes en effet dès à présent contactés par de nombreux inventeurs ayant des projets très intéressants.

Chaque entreprise recevra une somme de démarrage (500K à 1,5 million pour arriver au prototype et à la première vente ou négociation de contrat).



Les inventeurs nous font confiance car :

- Nous investissons financièrement dans leur invention
- Nous avons pour ambition de rendre leur invention mondiale, pour les aider à changer le monde radicalement et à participer au sauvetage de la planète
- Nous leur garantissons la non-appropriation de leur idée par des intérêts privés. Grâce à l'open source, leur invention passera à la postérité plutôt que d'être enterrée en raison d'enjeux financiers particuliers.
- Nous leur trouvons les meilleurs entrepreneurs pour développer tout le potentiel de leur invention
- Nous les rémunérons dès le départ pour leur permettre de se consacrer à leur passion
- Nous leur permettons d'être aux commandes de l'entreprise lors de la phase de sortie de Time for the Planet par diminution de capital.

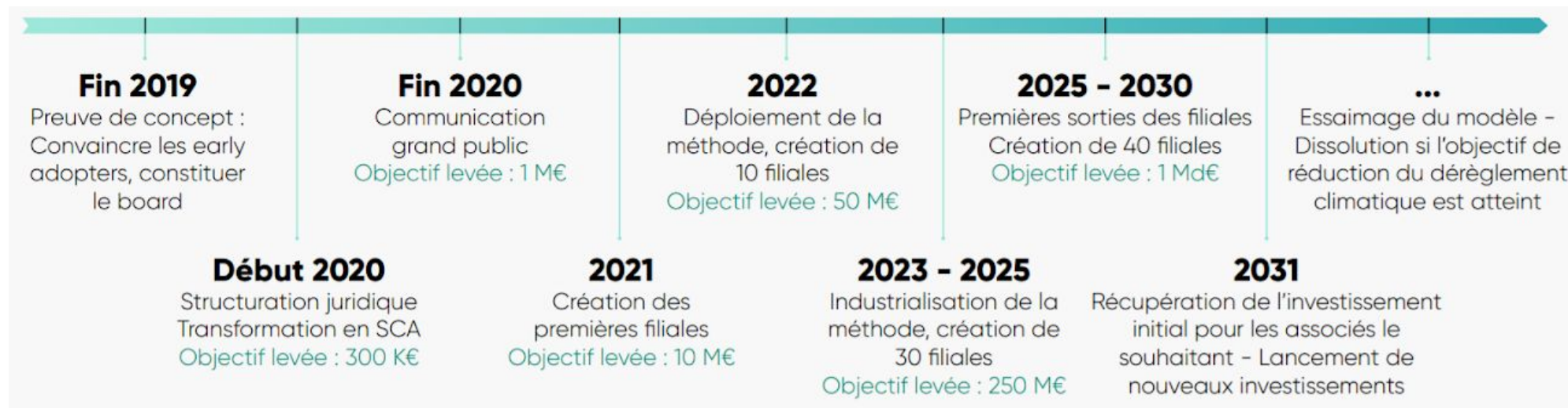
### c) Entrepreneur.es

Dans le modèle de Time for the Planet, le deal de création de l'entreprise est différent de ce qui se pratique habituellement :

- Time for the Planet est majoritaire.
- En contrepartie, les entrepreneur.es :
  - Sont rémunérés dès le départ
  - Reçoivent un financement de départ sans avoir à s'en préoccuper
  - Deviennent propriétaires de l'entreprise à terme, une fois Time for the Planet sortie.

Nous constituerons nos équipes d'entrepreneurs sur la base de ce deal (1 à 2 entrepreneur.es + l'inventeur).

## 2.2. La Roadmap



- Objectifs**
1. Convaincre les "early adopters" de rejoindre Time for the Planet
  2. Tester 2 de nos modes de communications principaux : les conférences et les réseaux sociaux. Collecter des fonds grâce à ces 2 canaux.
  3. Bâtir le comité de développement (board)
  4. Convaincre des entrepreneurs chevronnés de nous rejoindre et de financer Time for the Planet

*Résultats au 1er février 2020 :*

**Board** : Entrée de Jean Jouzel, plus grand climatologue français, prix nobel de la paix via le GIEC et de Thanh Nghiem, ex-partner de Mckinsey, qui nous apporte un réseau national et international. Elle est désormais chargée de nous aider à composer la suite du comité de développement.

**Conférence** : 300 inscriptions en 3 semaines à la première session du 5 décembre 2019.

**Investissement** : 600 associés en 45 jours 180K€ levés.

Afin de pouvoir faire la demande, auprès de l'Autorité des Marchés Financiers, du lancement d'une offre publique de titres financiers (OPTF), nous avons réunis dans un premier temps des fonds de manière significative afin d'appuyer notre demande.

La création d'une Société en commandite par actions (SCA) est donc faite et permet ainsi de collecter jusqu'à 8 millions d'euros en communiquant à l'AMF un Document d'Information Synthétique (DIS). La rédaction et dépôt d'un prospectus auprès de l'AMF se fera dans un second temps.

Cette phase a été centrée sur la structuration juridique de la société et la définition de la gouvernance.

Objectifs:

1. Création de la SCA
2. Poursuivre la démarche de levée de fonds en proposant aux investisseurs dans un premier temps de signer un document de promesse d'investissement puis en investissant directement dans la SCA une fois créée. Objectif : 800K€

3. Tester les messages et les parcours de conversions pour préparer la constitution d'une très vaste communauté en ligne
4. Travailler la notoriété de Time for the Planet en organisant des conférences partout en France et sur le web.
5. Constituer un comité de développement) de portée nationale et internationale (financiers, entrepreneurs, scientifiques, célébrités...)

2ème semestre 2020

## 3 Communication auprès du grand public

Le grand public est régulièrement sensibilisé à la dangerosité du réchauffement climatique. Mais on ne lui propose pas d'action concrète de grande ampleur.

### Objectifs :

1. Time for the Planet doit devenir un mouvement connu du grand public grâce à une communication intelligente via 3 canaux :
  - Événements physiques partout en France
  - Communautés sociales. Objectif : une communauté de 500 000 personnes
  - Presse
2. Dépasser les 2 millions d'euros de levée et plus de 1500 investisseurs.

2021

## 4 Bêta-test et Appel public à l'épargne

### Objectifs :

1. Créer la première filiale Time for the Planet, en constituant la 1ère équipe autour d'une première technologie ([cf. Le concept](#)). Puis, en créer 2 autres maximum.
2. Time for the Planet devient un produit de placement capable de séduire les banques et les fonds de pensions, qui se font régulièrement critiquer pour leurs actifs trop carbonés, et qui cherchent des placements verts. Nous entrons dans un plan de communication auprès de leurs clients.
3. Internationalisation : Time for the Planet ouvre des antennes à l'étranger (USA, Chine, Brésil, Inde...). Chaque antenne est gérée par des personnes de la nationalité du pays concerné, ayant un réseau préexistant.
4. Dépasser les 50 millions d'€ de levée et 10 000 investisseurs

## 5 Lancement "industriel" des créations d'entreprises

1. Commencer à créer les premières entreprises, selon la méthodologie Time for the Planet ([cf. Méthodologie](#))
  - 10 entreprises maximum
  - 1ers fonds débloqués (jusqu'à 50% du montant levé jusqu'ici)
  - Recrutement d'une personne travaillant à plein temps sur l'accompagnement et la mise à disposition du réseau Time for the Planet.
2. Dépasser 300 millions de levée et 100 000 investisseurs
  - Rencontrer les plus influents millionnaires et milliardaires de la planète pour les convaincre de financer
  - Utiliser le levier des réseaux sociaux (twitter/facebook) pour obtenir des investissements conséquents de la part d'entrepreneurs à succès (Silicon Valley notamment)

## 6 Impact mondial

1. Créer 30 nouvelles entreprises.  
Profiter de l'expérience des 5 premières pour améliorer et fluidifier le processus de création des entreprises
2. Communiquer de façon large sur les technologies open source développées, afin de créer autour de chacune un marché vertueux capable de déployer très rapidement la solution à l'échelle du monde.
3. Atteindre 1 milliard de levée et 500 000 investisseurs

## 7 Management et sorties

1. Suivre et faire grandir les entreprises créées : investissements réguliers en fonction des besoins, management des équipes de fondateurs-dirigeants, communication sur les technologies, mise en réseau.
2. Mesurer l'impact sur les gaz à effet de serre des filiales et de l'écosystème créé par la mise en open source de chaque technologie.
3. Réalisation des premières sorties par diminution de capital ([cf. Schéma de sortie des filiales](#)). Chaque sortie permet de récupérer entre 2 et 5 fois les investissements consentis. Récupération de dividendes dans les entreprises qui le permettent.
4. Créer 40 nouvelles entreprises.

Les associés de Time for the Planet peuvent demander à récupérer leur investissement de départ, si la situation le permet ([cf. L'achat et la vente d'actions](#)).

Time for the Planet organise d'abord la sortie de ceux qui le souhaitent, puis, si possible, procède à de nouveaux investissements.

Time for the Planet encourage la création de nouveaux organismes sur le même modèle, et poursuit son action par de nouvelles levées de fonds et l'utilisation des bénéfices générés par les filiales.

Si l'objectif de ramener le réchauffement planétaire à 0°C est atteint (ce dernier est défini comme l'élévation de la température moyenne de la planète sur les 30 dernières années par rapport à la moyenne des températures de l'ère pré-industrielle, période 1850-1900, selon la méthodologie et les données communiquées par le GIEC, Groupe d'Experts Intergouvernemental sur l'Evolution du Climat), Time for the Planet est dissout. L'actif est partagé de la façon suivante : en priorité pour rembourser les apports initiaux des actionnaires, et le reliquat pour le fonds de l'ONU.

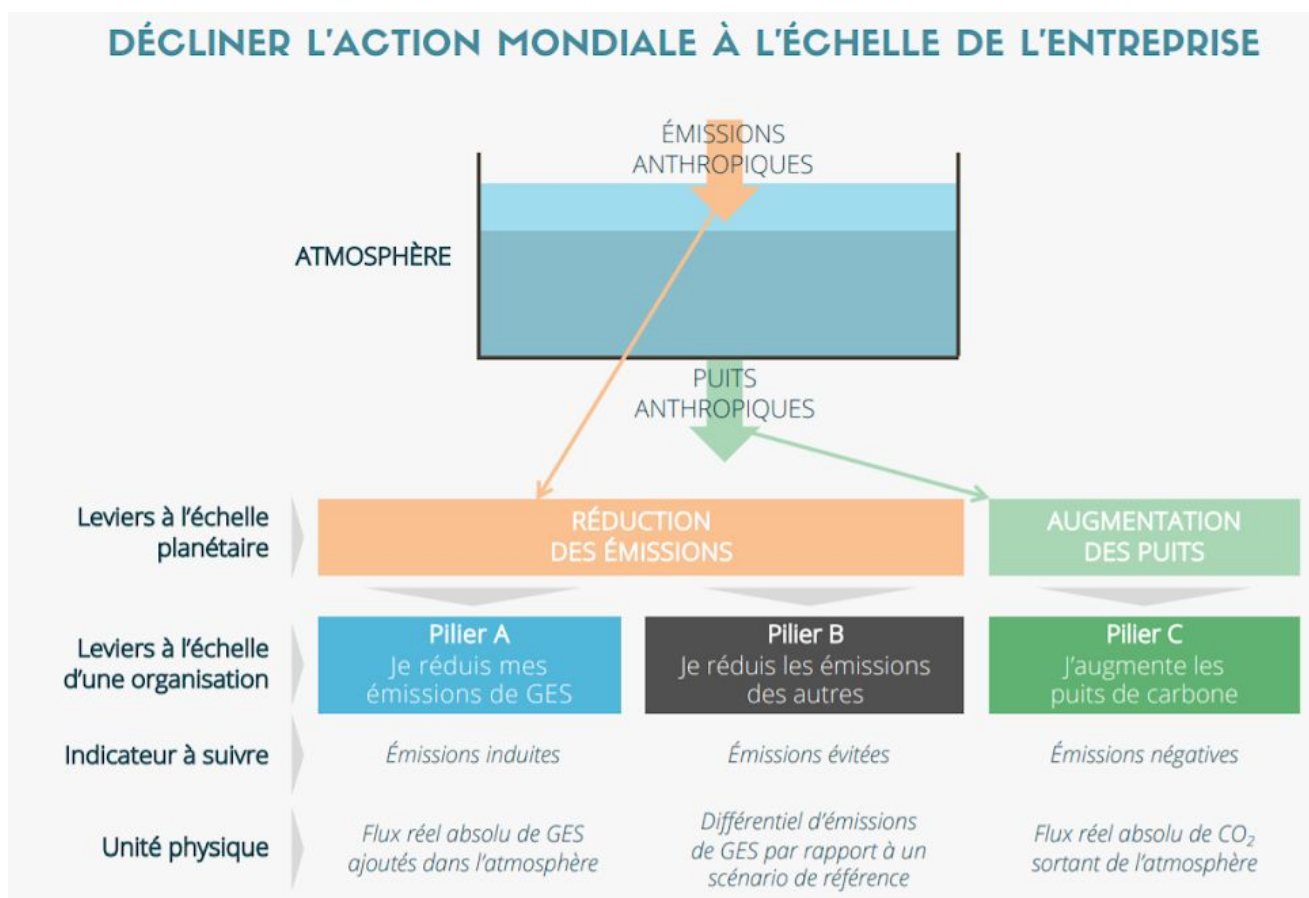


### III. Les indicateurs clefs de suivi

#### 3.1. Suivi de l'impact via le Référentiel Net Zero Initiative

Pour mesurer son impact sur les émissions et captations des Gaz à effet de serre (GES), Time for the Planet s'appuie sur le référentiel Net Zero Initiative développé par le cabinet Carbone 4 (<http://www.netzero-initiative.com/fr>).

Ce référentiel permet de décrire et d'organiser les actions climat en vue de maximiser les contributions à la neutralité carbone mondiale.



Le référentiel est basé sur l'idée qu'une organisation doit agir de 3 manières complémentaires en vue de contribuer à la neutralité mondiale :

Pour contribuer à la baisse globale d'émissions, elle doit :

**1. Réduire ses propres émissions directes et indirectes (A)**

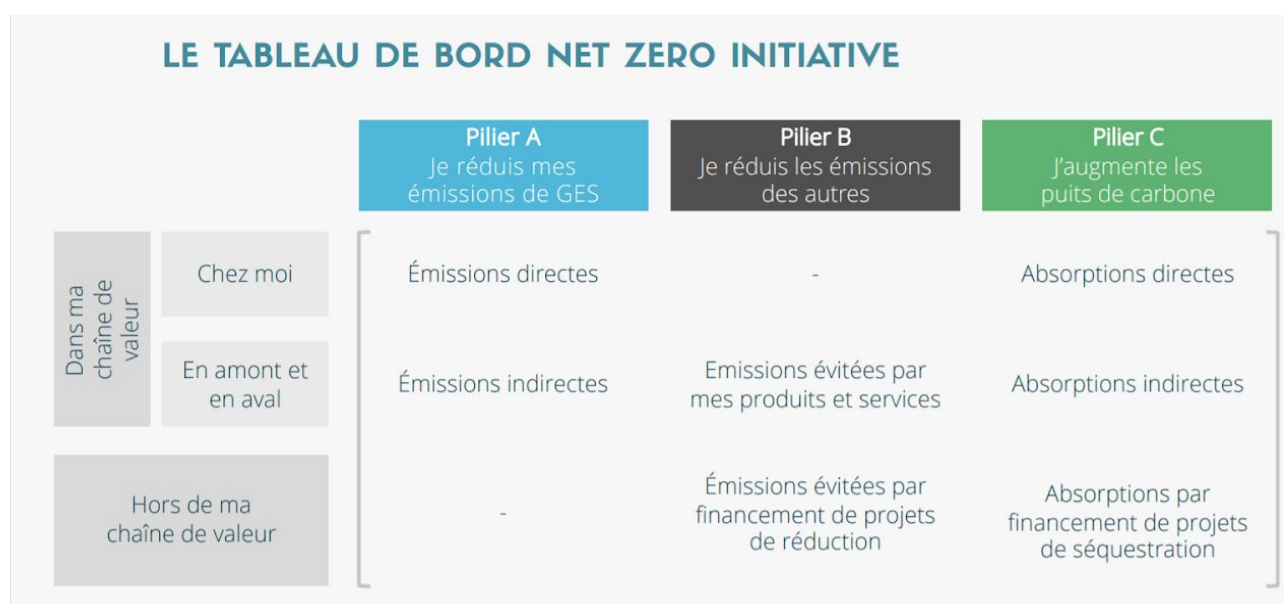
**2. Réduire les émissions des autres (B) :**

- En commercialisant des solutions bas carbone (à certaines conditions)
- En finançant des projets bas carbone en-dehors de sa chaîne de valeur

Pour contribuer à l'augmentation des absorptions mondiales, elle doit :

**3. Augmenter les puits de carbone (C) :**

- En développant les absorptions de carbone chez soi et dans sa chaîne de valeur
- En finançant des projets d'absorption hors de sa chaîne de valeur



*Ces 3 piliers sont calculés en tonne équivalent CO2*

Ce référentiel permet ainsi de mesurer et analyser l'impact sur les GES au niveau mondial de Time for the Planet en tant que structure en prenant en compte l'ensemble des investissements qui seront effectués pour la réduction ou la captation de GES.

## 3.2 Suivi de la performance par le TRP : Taux de Retour pour la Planète

Le Taux de Retour pour la Planète (TRP) est l'un des indicateurs de référence de Time for the Planet.

L'objectif de cet indicateur est de suivre l'impact d'un investissement financier sur la diminution des émissions mondiales de gaz à effet de serre (GES) et donc sur la baisse du réchauffement climatique.

Cet indicateur est le rapport entre la diminution et/ou la captation de gaz à effet de serre par rapport à l'investissement financier effectué.

### 3.2.1 La tonne équivalent CO2

La diminution et/ou captation des GES sera exprimée en tonne équivalent CO2.

L'équivalent CO2 (éqCO2) d'un gaz à effet de serre correspond à la quantité de CO2 qui serait nécessaire pour avoir la même capacité à retenir les rayonnements du soleil et donc le même forçage radiatif.

Par exemple le méthane (CH4) a un effet radiatif et donc une capacité à réchauffer notre planète 25 fois supérieure à celle du CO2. Ainsi une tonne de méthane rejetée dans l'atmosphère équivaut à 25 tonnes de CO2 rejetées.

Le gaz ayant le potentiel de réchauffement le plus important est l'hexafluorure de soufre (SF6) pour lequel 1 tonne émise correspond à 22 200 tonnes équivalent CO2. Il est cependant en très faible quantité dans notre atmosphère et est donc responsable de moins de 0,3% du réchauffement climatique.

### 3.2.2 L'investissement

L'investissement dans Time for the Planet pris en compte pour le calcul du TRP est le montant du capital social de la société. Le capital social de Time for the Planet a vocation à augmenter tous les ans jusqu'à l'atteinte d'un plafond fixé à 1 milliard d'euros.

### 3.2.3 La durée

On estime pour le calcul du TRP qu'un investissement aura de l'impact à minima pendant 10 ans et donc pourra réduire de manière significative les GES durant cette période.

Par analogie, dans le secteur des panneaux solaires, l'achat des panneaux est généralement amorti, pour calculer la rentabilité, sur 12 à 15 ans même si ces derniers continueront de fonctionner bien au delà de cette période.

### 3.2.4 Le calcul du Taux de Retour pour la Planète

Le calcul est le suivant :

$$\text{TRP} = \frac{\text{Tonnes équivalent CO2 non-émises par an X 10 (ans)}}{\text{Capital de Time for the Planet (€)}}$$

Cela permet d'obtenir par Euro investis dans Time for the Planet le nombre de Tonnes équivalent CO2 capturées ou non-émises.

Time for the Planet se donne pour objectif de créer et développer des entreprises atteignant à **minima un TRP de 5%** ( 0,05 tonnes équivalent CO2/Euro), soit un coût par Tonne équivalent CO2 de 20€.

A titre de comparaison, sur les marchés financiers, la tonne de CO2 en 2019 oscillait autour de 25€.

Nous nous fixons pour objectif de proposer un coût de la tonne de CO2 largement en dessous du prix du marché. Notre capacité à nous positionner en dessous du prix du marché sera une des clés pour agir rapidement et mondialement.

#### **Comment calculer votre impact en tant qu'actionnaire de Time for the Planet ?**

Pour 2 400€ investis dans Time for the Planet, nous pouvons, sur 10 ans, avec un TRP de 5%, éviter l'émission de 120 tonnes équivalent CO2 (2400€\*5%) soit 12 tonnes équivalent CO2/an correspondant aux émissions moyennes de CO2 d'un Français sur une année.

En d'autres termes tous les 100€ investis avec un TRP de 5% nous évitons ou captions 5 tonnes de CO2 ou équivalent CO2 sur 10 ans.

## 3.3 Le rendement financier (TRI)

### 3.3.1 Politique de distribution de dividendes

Les fondateurs, fondatrices et actionnaires de Time for the Planet **renoncent à distribuer des bénéfices**. Time for the Planet, statutairement, réutilise systématiquement 100% de ses bénéfices pour répondre le plus rapidement possible à la mission qu'elle s'est donnée.

### 3.3.2 Politique de revente d'actions

La revente d'actions par les actionnaires de Time for the Planet à un tiers est possible à tout moment et à prix libre.

Il faut toutefois noter que tant que le capital de la société n'aura pas atteint d'un milliard d'euros, Time for the Planet proposera d'entrer à son capital à une valeur de 1€ l'action via des augmentations de capital régulières (tous les ans).

Time for the Planet pour faciliter la revente d'actions proposera, si certaines conditions sont réunies, après 10 ans de détention de racheter à la valeur d'achat initial les actions des actionnaires le souhaitant. ([cf. L'achat et la vente d'actions](#))

### 3.2.3 Le taux de rentabilité interne (TRI)

Du fait de la non distribution de dividende et du rachat pouvant être escompté par Time for the Planet à la valeur d'achat initial, **le taux de rentabilité interne** pouvant être attendu pour un investissement chez Time for the Planet **est de 0%**.

### 3.3.3 Risque de perte du capital investi

L'investissement dans Time for the Planet est un **investissement en capital**.

Nous tenons à clarifier le fait que même si nous souhaitons à terme pouvoir racheter les actions des investisseurs qui le souhaitent, nous ne pouvons pas le garantir. Il existe donc un risque de perdre tout ou partie de votre apport.

## IV. Le prisme d'investissement de TP

L'objectif unique de TP est de parvenir à lutter contre le dérèglement climatique de la façon la plus efficace. Il est donc essentiel de n'investir que sur des entreprises qui ont un impact fondamental sur les émissions de gaz à effet de serre.

### 4.1. Critères

**Les critères que l'on retient dans la constitution de notre deal flow sont :**



Mondial



Centré sur la diminution des émissions de gaz à effet de serre : le TRP doit être a minima de 5 %



Effets immédiats (à partir du moment où l'entreprise atteint le product-market-fit)

### 4.2. Le périmètre d'action

Suite à la réalisation de notre dossier scientifique, nous avons identifié **20 problèmes** prioritaires à traiter pour lutter contre les gaz à effet de serre au niveau mondial.

Nous interviendrons dans les 5 secteurs suivant :

- l'énergie
- l'industrie
- le transport
- l'agriculture
- le bâtiment

Avec l'ambition de développer des solutions pour :

- Ne plus émettre de GES
- Améliorer l'efficacité énergétique
- Réduire les émissions
- Capturer les GES



## Notre matrice d'action : les 20 problèmes que Time for the Planet adresse.

|             | Zéro émission  | Efficacité énergétique  | Sobriété   | Captation   |
|-------------|--|---|--|---|
| Energie     | Produire et stocker les énergies renouvelables sans métaux critiques/rares | Améliorer le taux de retour énergétique des solutions renouvelables | Décentraliser la production d'énergie et rendre le réseau intelligent            | Capter les GES émis par les centrales                 |
| Industrie   | Fabriquer des matériaux sans sources fossiles                              | Récupérer et utiliser la chaleur fatale                             | Augmenter la durée de vie des biens et recycler                                  | Capter les GES émis par les usines                    |
| Transport   | Se déplacer sans utiliser de combustibles fossiles                         | Améliorer les performances énergétiques des véhicules               | Optimiser les déplacements des biens et des personnes                            | Capter les GES émis par les véhicules                 |
| Agriculture | Cultiver sans engrais azotés   | Restructurer les terres agricoles                                   | Développer les alternatives à la consommation de viande et réduire le gaspillage | Sécuriser et développer les puits de carbone naturels |
| Bâtiment    | Construire avec des matériaux bas carbone                                  | Chauffer et climatiser sans HFC ni combustibles fossiles            | Rénover maisons et bâtiments   | Séquestrer le carbone                                 |

### 4.3. Dealflow

Le rôle de TP n'est pas d'investir financièrement dans des sociétés déjà avancées, mais de créer de toute pièce les entreprises, en rassemblant une équipe de scientifiques et une équipe d'entrepreneurs. Nous nous positionnons donc ante-crétion.

Nous recherchons pour chacun de ces sujets les meilleures inventions et inventeurs, partout dans le monde.

Nous validons scientifiquement :

- L'importance du sujet pour la réduction des émissions de gaz à effet de serre.
- La capacité de la solution proposée à avoir un impact significatif, global et immédiat sur ces émissions

Nous ferons pour cela appel à des experts extérieurs et indépendants, tels que le Cabinet Carbone 4.

## 4.4. Objectifs

Les filiales ont toutes un double objectif :

- Réduire les émissions de GES ou capter les GES
- Être rentables pour remonter des dividendes à Time for the Planet afin qu'elle puisse poursuivre sa politique d'investissements.

### a. Réduction ou captation des GES

Cet objectif sera mesuré par un prestataire indépendant. Chaque entreprise est régulièrement évaluée (a minima une fois par an) afin que son impact puisse être communiqué aux actionnaires de Time for the Planet pour le calcul du TRP.

L'impact mesuré est celui de la filiale elle-même ainsi que des acteurs utilisant sa technologie.

### b. Rentabilité

A 10 ans, Time for the Planet doit avoir pour objectif de rendre sur demande à ses actionnaires le montant initial investi. Il est aussi fondamental de dégager un rendement permettant de créer de nouvelles entreprises.

## V. Time for the Planet au service de ses filiales

### 5.1. Time for the Planet : Startup Studio ? Fond d'investissement ? Incubateur ?

Tout ça à la fois...

Nous ne sommes pas un incubateur ou une structure d'accompagnement, mais des **co-créateurs**. Nous composons l'équipe en associant des scientifiques avec des entrepreneurs.

Notre rôle est de :

- constituer l'équipe de dirigeant.es/associé.es de l'entreprise
- financer le développement de l'entreprise au fur et à mesure de sa croissance
- garantir une stratégie basée sur l'open-source
- Participer comme conseil aux décisions stratégiques de l'entreprise

Time for the Planet fait entièrement confiance à son équipe dirigeant.e pour prendre l'ensemble des décisions et définir la stratégie, le mode de management, l'organisation et la vie quotidienne de l'entreprise, à condition que ces décisions soient conformes à la charte de Time for the Planet (en particulier sur l'open source, qui est doit être garantie).

Un.e des dirigeants sera nommé président.e de la Société et disposera donc d'une délégation de responsabilité.

### 5.2. L'open source, l'ingrédient qui change la donne pour le sauvetage de la planète

#### 5.2.1. Le partage des technologies pour accélérer la résolution du problème et toucher le monde entier.

Nous sommes partis du problème suivant : une fois une technologie opérationnelle, une équipe constituée et des financements abondants, comment augmenter encore les chances de résoudre le problème auquel l'entreprise veut s'attaquer ?

Nous avons réfléchi à la façon la plus simple, la plus rapide et la moins coûteuse pour résoudre un problème à une échelle mondiale : le partage des technologies découvertes !

En effet, nous sommes bien conscients qu'une filiale créée mettrait certainement de longues années à s'imposer mondialement.

Mais en fait, ce n'est pas à elle de s'imposer mondialement mais à la technologie !

Si celle-ci est utilisée par d'autres entrepreneurs, nous ne créons pas une simple entreprise mais directement un marché !

## 5.2.2. Open source et licences libres : droits et devoirs

Ce que nous entendons par open source, c'est le fait de mettre à disposition de tiers l'ensemble des éléments permettant de copier, utiliser et commercialiser les innovations produites par nos entreprises.

Nous accordons des licences d'utilisation de nos innovations à toutes celles et ceux qui en feront la demande. Il est bien entendu interdit d'utiliser nos innovations sans obtenir au préalable cette licence. Nous délivrerons la licence à toutes les personnes et entreprises qui en feront la demande, à moins qu'elles ne respectent pas certains points de notre charte éthique.

La licence Time for the Planet ouvre des droits et des devoirs.

### **Les droits des entreprises bénéficiaires de la licence Time for the Planet :**

- Copier tout ou partie d'une innovation
- Améliorer une innovation
- Commercialiser une innovation

### **Les devoirs :**

- Mettre en commun les améliorations et découvertes faites sur l'innovation
- Commercialiser l'innovation dans un domaine et sous une forme faisant partie d'une liste exposée dans la licence édictée par Time for the Planet. Ainsi, une innovation dédiée au secteur du bâtiment ne pourra pas être utilisée dans le secteur militaire, par exemple. Bien entendu, la liste des secteurs pourra être étendue sur demande, si Time for the Planet estime que cela est pertinent pour la lutte contre le changement climatique.

## 5.2.3 Les modèles économiques de l'open source

Le principe de Time for the Planet est de créer des entreprises qui doivent être suffisamment viables économiquement pour pouvoir se développer, avoir un impact sur le changement climatique, et susciter la création de nombreuses autres entreprises basées sur l'innovation apportée.

Chaque entreprise doit donc mettre à disposition de tous le savoir qu'elle a accumulé, et trouver une façon de gagner de l'argent qui ne soit pas basée sur la privatisation de ce savoir.

Vous trouverez sur notre site 7 exemples de modèles économiques possibles autour de l'open source.

<https://www.time-planet.com/fr/tout-savoir/notre-strategie/methode-time-for-the-planet/comment-nous-allons-utiliser-open-source-pour-lutter>

## 5.3. Bénéfices de la présence majoritaire de Time for the Planet au capital

- a. Moins de temps pour aboutir au même résultat et donc moins d'argent dépensé.

L'expérience en conception/création d'entreprise permet d'économiser des sommes considérables. Par exemple, le temps pour aboutir à une première vente peut passer de 2 ans en moyenne à 4 mois si l'on applique la méthodologie Time for the Planet. Cette méthodologie est basée sur 3 piliers:

- Interroger les clients potentiels avec une méthode innovante d'interview
- Vendre le produit avant qu'il ne soit construit
- Ne financer que les actions strictement nécessaires à l'exécution

### b. Changement de paradigme

Monter une entreprise dans le cadre de l'écosystème Time for the Planet, signifie s'inscrire dans un plan de sauvegarde de la planète, sur lequel vont investir des milliers de particuliers, entreprises, organismes, institutionnels et qui va permettre de transformer l'entrepreneuriat en une arme fondamentale pour tenter de gagner la guerre contre le dérèglement climatique.

Rejoindre Time for the Planet permet donc d'ancrer l'entreprise créée dans un socle de valeurs qui dépasse le simple cadre d'une création d'activité économique.

### c. Levées de fonds : on s'occupe de tout

Plusieurs mois de travail économisés en raison de l'absence d'efforts à fournir pour lever des fonds en Seed, Serie A voire Serie B : Time for the Planet se charge d'investir en direct au bon moment, et/ou de rechercher des partenaires financiers extérieurs.

### d. Apport de réseau

Time for the Planet, de par le réseau de ses fondateurs et de ses associés, apporte en permanence des ressources fondamentales pour le développement de l'entreprise à chaque phase : Recherche de clients, fournisseurs ou experts, Presse, Comptabilité, Juridique, Crédit impôt innovation, Webmarketing,...

## e. Visibilité et crédibilité

Les fondateurs de Time for the Planet, ainsi que des dizaines de growth hackers, juristes, entrepreneurs, communicants, etc... vont concentrer l'ensemble de leur attention et de leur expertise sur la création d'une grande entreprise de communication et de lobbyisme pour la planète. Dans ce cadre, la mise en avant des résultats obtenus par les entreprises filiales de Time for the Planet sera fondamentale, et leur permettra de grandir encore plus vite.

Time for the Planet a vocation à devenir une entreprise de portée mondiale, via des institutionnels et la constitution d'une large communauté de citoyen.nes.

## f. Fonctions support et formations

Time for the Planet fournit des services supports et formation gratuits ou à tarifs réduits à ses filiales dans différents domaines : commercial, juridique, RH, marketing, ...

Ces compétences sont apportées par les salariés et fondateurs de Time for the Planet, mais également par des partenaires ou membres des Teams for the Planet.

La formation des entrepreneur se fera sur des sessions dédiées aux personnes accompagnées par Time for the Planet.



## 5.4. Méthodologie



- 1 Sélection du problème scientifique
- 2 Création d'un avantage concurrentiel correspondant à la solution scientifique
- 3 Recrutement de l'équipe fondatrice de la filiale
- 4 Tester l'opportunité de marché
- 5 Constitution du board d'une filiale
- 6 Création de la société, conception du MVP et investissement en Seed
- 7 Passage en open source et investissements successifs tout au long du développement de l'entreprise
- 8 Schémas de sortie des filiales

## 1<sup>ère</sup> étape : Sélection du problème scientifique

Le choix du problème scientifique se fait sur la base de 3 critères :

### **. Impact sur la résolution du problème sur les émissions de gaz à effet de serre (GES).**

La solution proposée doit s'adresser à un marché suffisamment important pour avoir un impact significatif sur les émissions ou la captation de GES.

Par exemple, le problème de l'émission de CO<sub>2</sub> par l'industrie du ciment : il s'agit de 5% des émissions mondiales de CO<sub>2</sub>, ce qui est considérable.

### **. Niveau de R&D nécessaire pour l'industrialisation de la solution en fonction du niveau d'impact.**

Nous sélectionnerons des solutions à faible R&D si leur impact est visible à court terme. Les solutions à fortes R&D seront choisies uniquement si l'impact est visible mondialement à moyen ou long terme.

### **. Facilité d'accès au marché d'une solution open source.**

Plus le produit doit être conçu sur-mesure pour chaque client, plus le marché est difficile d'accès pour une solution open source. Ainsi, nous privilégierons dans un premier temps les entreprises dont le produit ne nécessite pas de personnalisation trop importante pour chaque client.

*Exemple :* une solution de capture du carbone sur les sites industriels doit être adaptée à la configuration technique de chaque site. La diffusion de cette technologie permettra à terme à des installateurs de déployer la technologie au niveau mondial; néanmoins il faut un fort degré de personnalisation qui nécessite donc à chaque fois un temps d'adaptation.

A l'inverse, une technologie permettant de construire sans ciment à partir d'une colle écologique minérale peut être mise à disposition de tous et être déployée très rapidement à l'échelle mondiale, sans adaptation locale spécifique.

La Roadmap de Time for the planet va nous conduire à privilégier dans un premier temps des entreprises à faible niveau de R&D et avec un accès au marché facilité et donc plus rapide.

## 2<sup>ème</sup> étape. Recherche d'un avantage concurrentiel correspondant à la solution scientifique

Un problème scientifique ne correspond pas naturellement et nativement à un problème marché. Pour continuer sur notre exemple, le fait que le processus de fabrication du ciment soit émetteur de CO<sub>2</sub> ne sera un problème marché que si l'on trouve une façon de construire sans ciment avec un avantage concurrentiel : prix plus bas, meilleure qualité d'isolation, plus grande durabilité, etc...

Cette réflexion se fait en interne chez Time for the Planet, en y associant l'inventeur, le comité scientifique et comité entrepreneur.

### 3<sup>ème</sup> étape : Test marché à haute fréquence, investissement de 5000 à 15 000 €

Avec un investissement de 5 000€ à 15 000€, nous utilisons des techniques de testing à haute fréquence pour déterminer, en l'espace de 3 semaines :

- Si le produit ou service permet d'accrocher des clients
- Qui sont les clients
- Quel est le coût d'acquisition d'un client

Ces tests sont effectués dans des conditions réelles : prises de rendez-vous avec des prospects comme si l'innovation existait déjà, création de landing pages présentant l'innovation, publicités sociales, retargeting etc...

Exemples :

- si l'on veut tester l'intérêt des consommateurs pour une solution de climatisation fonctionnant sans électricité, et qu'on veut savoir à quel prix les personnes sont prêtes à l'acheter, il sera nécessaire de tenter de les vendre sur une market place, avec plusieurs prix différents, ou même de créer un crowdfunding pour valider l'intérêt réel des consommateurs pour la solution imaginée.
- Prise de rendez-vous commerciaux pour vendre la solution imaginée, à partir de dessins techniques, de simulations 3D, afin d'obtenir des contrats de pré-commandes.
- Publicités en ligne pour vendre un produit n'existant pas encore à de vrais consommateurs (avec remboursement immédiatement après la réalisation de la vente).

### 4<sup>ème</sup> étape : Recrutement de l'équipe fondatrice de la filiale

Dans la plupart des cas, il n'y a pas encore d'équipe en place (par exemple, seulement un inventeur/scientifique). Nous complétons donc l'équipe.

La/le CEO : nous recherchons préférentiellement une personne ayant créé une entreprise précédemment dans le même secteur. Mais cela ne sera pas toujours nécessaire. Nous privilégierons la capacité entrepreneuriale, la rapidité d'exécution, la vision et la finesse managériale.

- La/le CTO : peut parfois être l'inventeur, à condition que la personne le souhaite et qu'elle dispose des capacités de management et de vision entrepreneuriale.
- Éventuellement, 1 à 2 fondateurs supplémentaires, qui apportent une expertise industrielle ou produit, une compétence ou un réseau commercial etc...

## 5<sup>ème</sup> étape : Constitution du board d'une filiale

Le board d'une filiale est un comité de pilotage opérationnel qui se réunit au moins tous les 3 mois et dont les membres peuvent être amenés à intervenir directement sur le terrain.

La board est composé, au minimum de :

- . 1 cofondateur de Time for the Planet
- . 1 membre du comité de développement de Time for the Planet (pour l'image)
- . 1 membre de la team Investisseurs de Time for the Planet
- . 1 salarié accompagnateur de Time for the Planet qui suit l'avancement au quotidien et qui participe aux rendez-vous les plus importants.

## 6<sup>ème</sup> étape. Création de la société, conception du MVP et investissement en Seed (20 000€ à 100 000€)

La création de la société intervient une fois les tests marchés réalisés.

Time for the Planet crée les entreprises à partir de 0 ("from scratch"). Chaque entreprise créée est donc une filiale de la maison mère, Time for the Planet.

### a) Création de la société :

La société sera, dans la quasi totalité des cas, une Société par Action Simplifiée. Time for the Planet se charge de la création juridique de la société, du versement de l'apport de départ et de l'enregistrement de la marque.

En règle générale, il sera exigé des fondateurs de verser une somme d'argent minimale pour symboliser leur engagement financier dans le projet. Cette somme sera néanmoins beaucoup plus faible que dans le cadre d'une création d'entreprise classique.

### b) Création du MVP :

Le Minimum Viable Product correspond à la version la plus minimaliste possible du produit ou du service envisagé. En général, à l'étape précédente, les premières ventes ou approches commerciales très avancées auront été réalisées simplement sur la base du produit ou service projeté. Il s'agira, dans l'étape 6, de passer à la réalisation concrète du produit ou service.

Time for the Planet applique une méthodologie basée sur la rapidité d'accès au marché. Nous serons donc particulièrement vigilants sur la conception du MVP, qui devra être le plus rapide et le moins coûteux possible pour commencer à générer du chiffre d'affaires. Ce n'est qu'au regard de contrats ou d'intentions d'achats fermes que nous poursuivrons l'investissement dans le développement du produit. Nous n'investirons pas de fonds conséquents dans un produit n'ayant pas fait l'objet d'intentions d'achat très fortement exprimées.

### c) Investissement financier :

Plutôt que de réaliser des tours d'investissement successifs, Time for the Planet apporte, comme majoritaire, le financement nécessaire à chaque étape du développement de l'entreprise.

Ce rôle de majoritaire nous permet de garantir le maintien de la philosophie open source et le développement rapide de l'entreprise.

Par la détention également de golden shares nous conserverons une certaine capacité de contrôle, même dans l'hypothèse où, dans le cadre du développement futur de l'entreprise, nous serions amenés à céder la majorité aux fondateurs.

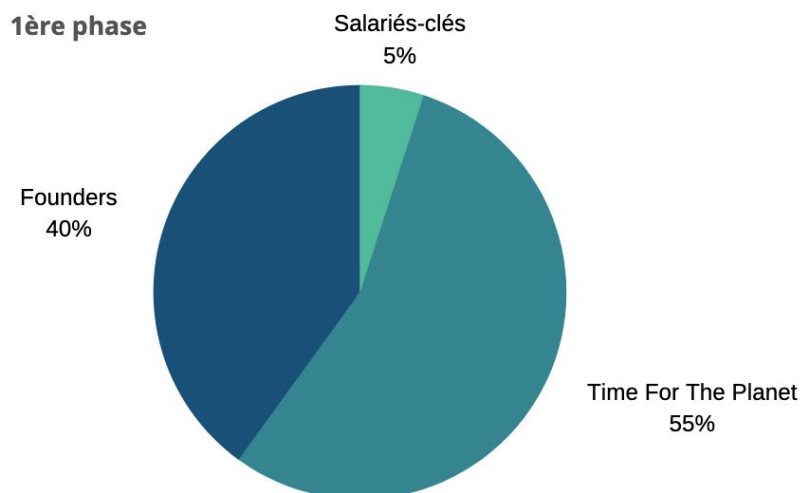
Time for the Planet investira un premier montant d'amorçage. Cet investissement doit permettre à l'entreprise de réaliser son MVP et sa Proof of Concept, et d'arriver à minima à ses premières ventes, validant un business modèle.

Le montant investi en seed oscillera entre 50K€ et 500K€. Il peut être complété par des financements extérieurs, en particulier bancaires.

#### Avantages de la présence de TP comme majoritaire pour les fondateurs :

- Time for the Planet investit, dans le temps, en injectant des fonds au fur et à mesure des besoins.
- Tant que Time for the Planet finance le développement de l'entreprise, il n'y a donc pas d'augmentation de capital. Aussi, les fondateurs ne peuvent pas être dilués. Or, on sait que dans un développement classique, les dilutions successives rendent souvent les fondateurs propriétaires d'une part minime de l'entreprise (en général, moins de 25% à eux tous après 2-3 tours).
- Les fondateurs restent focus sur le développement de la société car ils n'ont pas à passer du temps à la recherche des fonds notamment pour la phase d'amorçage.
- Les fondateurs sont rémunérés dès le départ et ont des parts de la société. Cela est également valable pour les salariés-clés.

La répartition du capital au lancement sera en général la suivante :



## Le cas particulier : si la société existe déjà

Parfois, la société, bien que ne faisant pas ou très peu de CA, existe déjà. Dans ce cas, Time for the Planet va investir de façon minoritaire, sous la forme d'obligations convertibles.

Une fois le MVP réalisé, Time for the Planet investira alors en majoritaire. Si nous ne trouvons pas d'accord sur la majorité, nous négocierons des "golden shares" nous donnant la possibilité d'imposer notre vision sur l'open-source.

Seuls 3% à 8% des projets étudiés à l'origine passeront à l'étape 7

## 7ème étape. Passage en open source et investissements successifs tout au long du développement de l'entreprise

### a) Passage en open source

Une fois la preuve de concept réalisée, Time for the Planet enverra l'un de ses chargés de R&D pour aider à la mise en place de la documentation sur l'innovation technologique de la filiale. Pour cela, le chargé de R&D aura accès à :

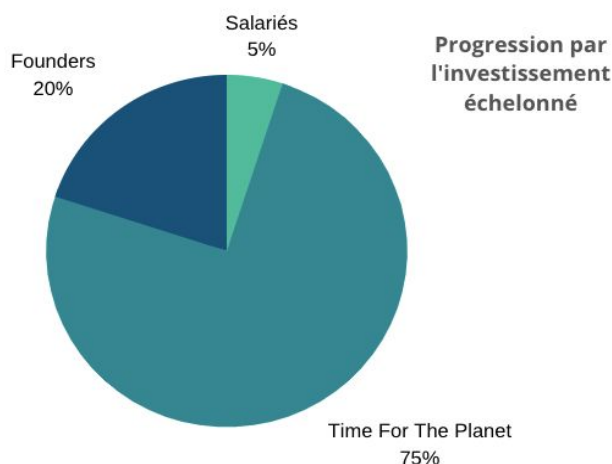
- tous les salariés et fondateurs de l'entreprise
- un budget pour financer le temps passé par les salariés de la filiale et/ou par des tiers extérieurs (prestataires)
- une interface conçue par Time for the Planet pour rendre la mise à disposition des technologies à la fois simple, ludique et détaillée.
- un-e interprète qui se chargera de la traduction dans une des 2 langues de Time for the Planet (Anglais/Français)

### b) Financement échelonné

Time for the planet a vocation à financer les entreprises filiales tout au long de leur développement.

Nous privilégierons de petits investissements successifs et rapprochés, plutôt que de gros tours de tables de type Serie A, Serie B, Serie C.

Le pourcentage détenu par Time for the Planet augmente donc avec le temps, au fur et à mesure des investissements consentis :



## Les Avantages :

- . Intervenir de façon plus agile et plus rapide sur un besoin clairement identifié  
Par exemple, besoin de 800K€ pour recruter une équipe d'ingénieurs commerciaux ou de un million pour lancer une campagne de publicité à la radio.
- . Éviter les frais liés aux tours de tables (pas d'augmentation de capital)
- . Éviter de financer un tour à un montant gonflé comme c'est généralement le cas pour les startups, qui lèvent de l'argent non pas en fonction de leurs besoins rationnellement identifiés, mais en fonction de ce qu'elles peuvent obtenir comme valorisation de la part des investisseurs.
- . Dépenser des fonds de façon plus sécurisée, en évitant d'injecter de l'argent n'ayant pas de destination précise dans la tête des fondateurs.

## Forme des investissements

Les filiales de Time for the Planet sont des SAS à capital variable, ou équivalent lorsque nous serons amenés à les créer sous législation étrangère (par exemple, sociétés de droit américain).

Nous finançons l'entreprise sous la forme d'achat de parts de l'entreprise à capital variable.

Les avantages de cette forme :

- Pas d'augmentation de capital à chaque investissement
- Possibilité de faire facilement souscrire des tiers investisseurs
- Possibilité de fixer un prix de sortie à l'avance (par exemple, 2 ou 3 fois le prix d'achat)

### c) Provisionnement et régulation des investissements

Lors du lancement de l'entreprise, nous provisionnons un montant qui dépendra du niveau de R&D envisagé pour cette entreprise. Le montant oscillera entre 300K€ et 2 millions d'euros et permet de fixer le maximum de financement possible pour arriver jusqu'au product-market fit.

#### **Définition : Product market fit**

De façon globale, c'est un produit qui correspond à un marché. Plus précisément : ce produit, lorsqu'il rencontre son marché, se convertit par lui-même.

En d'autres termes, c'est un produit qui colle si bien à son marché qu'il n'a pas besoin de déployer des trésors de communication pour convaincre les acheteurs potentiels, qui comprennent immédiatement son fonctionnement ainsi que son utilité.

L'idée du Product/Market Fit, c'est donc de toucher un maximum de personnes pour convertir à grande échelle, sans avoir besoin de convaincre chaque client un par un.

Une fois le product market fit atteint, nous évaluons l'opportunité de réaliser une deuxième provision, allant de 1 à 5 millions d'euros, pour financer la suite du développement de l'entreprise. A chaque fois, l'objectif ne sera pas de dépenser l'entièreté de la provision, mais de pouvoir anticiper les besoins de l'entreprise dans le temps.



Le montant des seuils indiqués ci-dessus variera en fonction des périodes et des montants levés par Time for the Planet

Time for the Planet n'investit pas dans les entreprises filiales sans que des raisons précises le justifient.

L'investissement se fera en général à la demande du CEO de la filiale ou d'un membre du board de la filiale.

Il doit recevoir l'assentiment du board de l'entreprise elle-même, du conseil de surveillance de Time for the Planet pour valider l'enveloppe ainsi que du comité d'engagement de Time for the Planet pour débloquer les fonds. ([cf. Saisine du conseil de surveillance](#)).

Une fois la totalité de l'enveloppe Time for the Planet épuisée, si l'entreprise a encore besoin de capital, elle devra solliciter une nouvelle provision validée par le conseil de surveillance, ou rechercher des financements extérieurs, à condition que ceux-ci n'aboutissent pas à une perte de contrôle de l'entreprise par Time for the Planet.

Cela est sécurisé par les goldens shares que possède Time for the Planet qui permettent de garder le contrôle sur des points clés comme l'open source lors de co-investissement.

### **Co-investissement**

Time for the Planet est ouvert au co-investissement dans ses filiales.

Les investisseurs extérieurs pourront investir sous toutes formes, à condition que cela ne puisse pas aboutir à une perte de contrôle de l'entreprise par Time for the planet :

- Achat de parts dans le capital variable
- Augmentation de capital (dépassement du montant maximal de capital variable)
- Obligations convertibles
- Prêts

## 8ème étape : Schémas de sortie des filiales

Lorsque l'entreprise atteint la rentabilité et que la diffusion open source de sa technologie a été assurée, la question de la sortie commence à se poser. Time for the Planet a vocation à vendre une partie de ses actions à la société filiale elle-même (sous la forme d'une diminution de capital). Le prix de rachat oscille, selon les entreprises, entre 2 et 5 fois le prix d'achat de l'action au départ. Ce prix est fixé lors du passage de l'entreprise en capital variable.

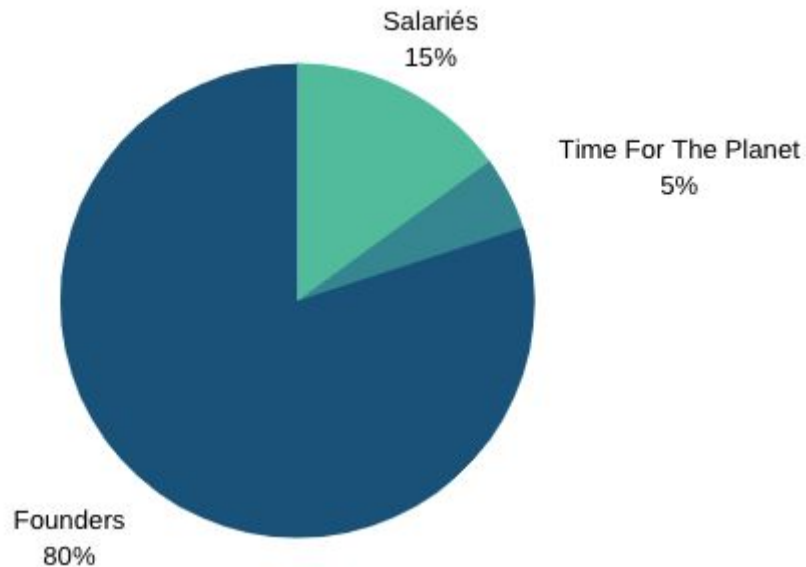
La sortie des investisseurs se fait donc par diminution de capital. Cela permet de :

- Rendre lisible les modalités de sortie, en évitant le rachat par une entreprise tiers ayant une logique industrielle potentiellement différente de l'intérêt purement environnemental et de la culture insufflée au sein de l'entreprise (par Time for the Planet, les fondateurs et les salariés).
- Limiter le gain financier des investisseurs tiers : ils sont rémunérés pour le risque pris, mais avec des limites raisonnables

## 2 possibilités :

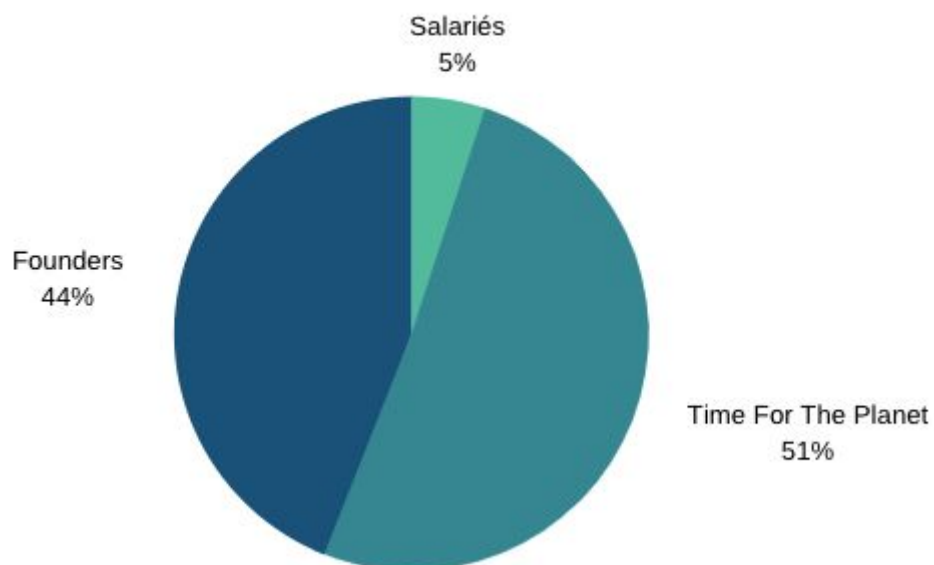
**1er cas : l'entreprise est un acteur parmi d'autres, sur un marché dynamique qui a permis de réduire considérablement les émissions de CO2.**

Dans ce cas, les fondateurs et les salariés sont amenés à posséder 95% de l'entreprise. Time for the Planet conserve uniquement ses golden shares sur l'open source.



**2ème cas : l'entreprise est un acteur majeur, structurant, sans lequel la diminution des émissions de CO2 ne serait pas significative.**

Dans ce cas, les fondateurs sont légèrement relués mais Time for the Planet garde en tout état de cause la majorité, et se rémunère sur les dividendes.



## **Garanties post-sorties**

Nous conservons les golden shares qui nous permettent de garantir l'open source et un droit de regard sur l'utilisation des dividendes.

Nous disposons et conservons le pacte d'actionnaire qui nous offre un droit de préemption sur le rachat des parts des autres actionnaires et sur la participation à une augmentation de capital.

## **Statut de l'inventeur.euse**

L'inventeur.euse doit pouvoir s'épanouir dans le projet qui lui est proposé. Il doit avoir 3 dimensions :

- a. Reconnaissance : Dans le cadre de la mise en open source de son invention, il sera mentionné dans toutes les communications le nom de l'inventeur.euse.
- b. Garanties d'efficacité : Time for the Planet lui garantit que des moyens humains et financiers vont être mis en oeuvre pour que l'invention change la face du monde.
- c. Garanties capitalistique : Actionnaire minoritaire, il devient majoritaire (avec les entrepreneurs) une fois la phase de sortie de Time for the Planet finalisée
- d. Sécurité financière : L'inventeur est rémunéré par Time for the Planet dès le lancement de l'entreprise

# VI. Structuration juridique et gouvernance

## Une société à mission : l'une des premières de France

Time for the Planet est par essence une "société à mission" tel que défini par la loi PACTE dont le décret vient de paraître le 2 janvier 2020. Une société à mission est une société qui statutairement se fixe des objectifs sociaux ou environnementaux dans le cadre de son activité. Elle a l'obligation de mettre en place un organe de contrôle interne et externe pour suivre l'exécution de la mission qu'elle s'est fixée.

Cela fait de Time for the Planet l'une des premières sociétés à mission de France.

### 6.1 Notre forme juridique initiale :

En 2019 Time for the Planet a été créée sous la forme d'une SAS (Société par Actions Simplifiée)

Suite à la validation du concept de Time for the Planet fin 2019 et l'engouement suscité nous avons été rapidement contraint par la réglementation limitant le nombre d'actionnaires à 150 en SAS d'effectuer une transformation.

Nous avons donc opéré un changement de forme juridique en mars 2020 pour devenir une Société en Commandite par Action.

### 6.2 Notre forme juridique actuelle : La Société en Commandite par Action

La Société en Commandite par Actions (SCA) est une société commerciale dans laquelle les associés de la société sont divisés en 2 groupes : les associés commandités et les commanditaires.

#### 6.2.1. Le(s) associé(s) commandité(s) :

Ils sont indéfiniment et solidairement responsables des dettes de la société et leurs titres ne sont pas librement cessibles.

Ils ont les pleins pouvoirs pour nommer le gérant et s'immiscer dans la vie de la société.

Dans notre cas, il n'y aura qu'un seul et unique commandité en la personne morale suivante : la SAS Act for the Planet.

Cette dernière est détenue intégralement et exclusivement par les cofondateurs.

Les 6 cofondateurs sont : Nicolas Sabatier, Mehdi Coly, Laurent Morel, Coline Debayle, Arthur Auboeuf et Denis Galha Garcia

La modification des statuts de la SCA exige, sauf indication contraire, l'accord de tous les commandités.

## 6.2.2 Les actionnaires commanditaires :

Ils ont le même statut que des actionnaires dans une SA (Société Anonyme)

Les commanditaires sont les personnes qui détiennent des actions de Time for the Planet, ils sont plus communément appelés : actionnaires.

Ils ont le droit de se présenter afin de devenir membre du conseil de surveillance. Le conseil de surveillance est élu par les commanditaires sur la base d'une action = 1 voix.

## 6.2.3 La gérance

La SCA peut être gérée par un ou plusieurs gérants. Le ou les gérants sont désignés par l'associé commandité unique de Time for the Planet à savoir : Act for the Planet.

Les gérants actuels de la SCA Time for the Planet sont au nombre de 6 et sont : Mehdi Coly, Nicolas Sabatier, Laurent Morel, Coline Debayle, Arthur Auboeuf et Denis Galha Garcia.

La rémunération fixe plus variable, d'un gérant personne physique, est capée statutairement à 4 SMICS par gérant.

Dans le cas d'un gérant personne morale, les management fees liés à la rémunération du ou des dirigeants rémunérés par la personne morale devront intégrer également ce plafond de 4 SMICS par personne physique.

En cas du décès de l'ensemble des commandités, l'ONU sera nommée associé commandité par défaut de la société.

Les actionnaires commanditaires ne peuvent être gérants.

## 6.2.4 Le conseil de surveillance :

Le Conseil de Surveillance (CS) est composé de 3 membres au minimum et 12 membres au maximum. Les membres du CS sont obligatoirement des commanditaires. Il peut s'agir de personnes physiques ou morales.

Un associé commandité ne peut être membre du conseil de surveillance et ne peut non plus participer à la désignation des membres de ce conseil.

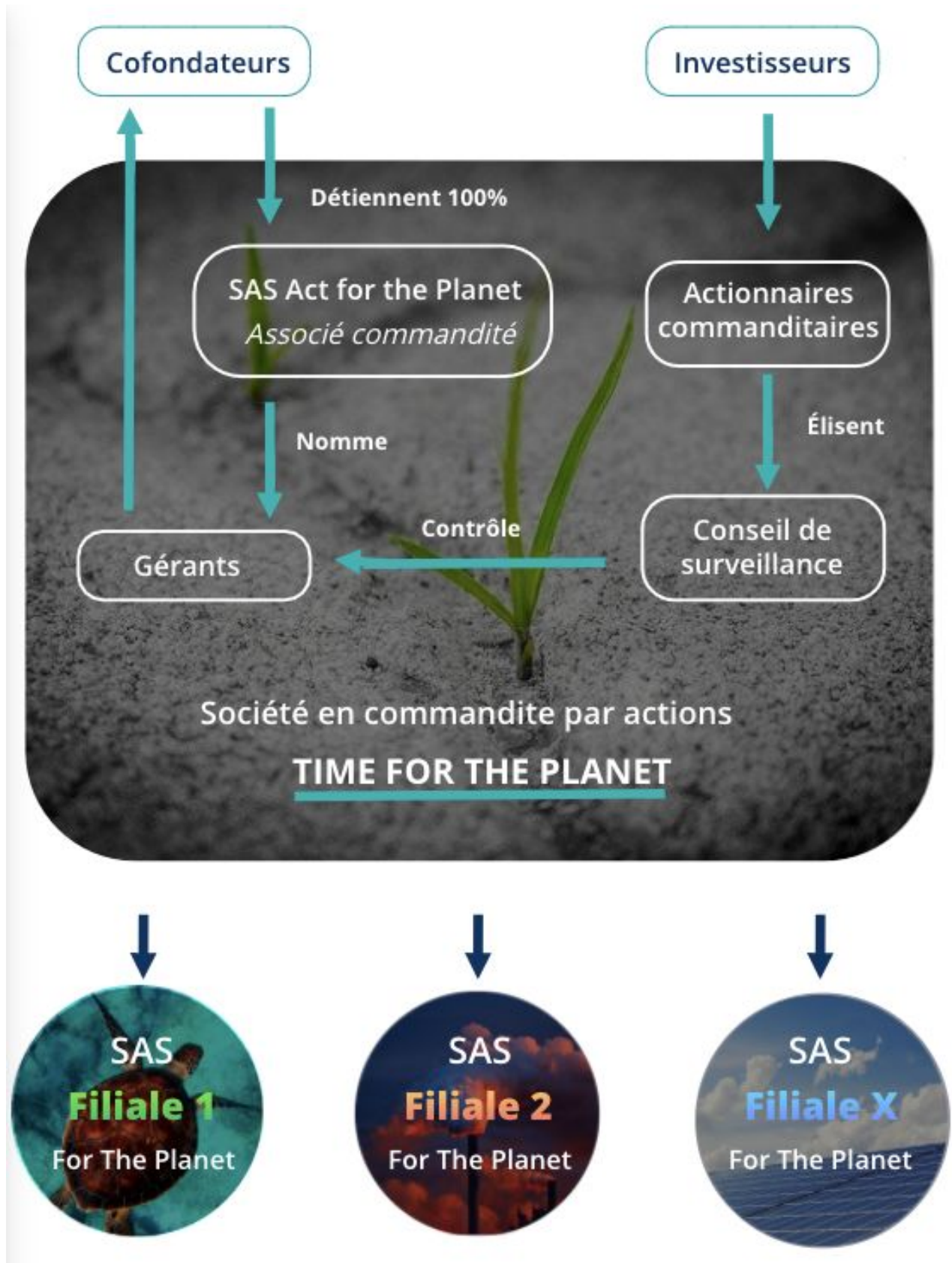
Il peut cependant, comme le gérant, assister au conseil de surveillance.

Le Conseil de surveillance assume le contrôle permanent de la gestion de la société (article L226-9 du code de commerce).

Le rôle du conseil de surveillance est de donner un avis sur les propositions d'investissement des gérants. Suite à cet avis les investissements doivent être votés en AGO par les actionnaires commanditaires.

Les décisions au sein du conseil de surveillance sont prises à la majorité (1 membre = 1 voix). En cas d'égalité, le président a voix prépondérante.

## 6.2.5 Schéma de la gouvernance :



## 6.2.6 Le capital social et valorisation :

Le capital social est divisé en actions de 1€ et composé uniquement des actions des commanditaires.

La valeur des actions est statutairement stable dans le temps et est évaluée à 1€ l'action.

Le capital de Time for the Planet à vocation à atteindre 1 milliard d'euros.

Cet objectif sera atteint en effectuant des augmentations de capital successives sans prime d'émission.

## 6.2.7 L'achat et la vente d'actions

L'achat d'actions vous donne de plein droit le statut de commanditaires. L'achat d'action se fera dans la majorité des cas par augmentation du capital de la société.

Afin de ne pas être dans une logique spéculative l'ensemble des nouvelles actions sera toujours mis en vente au prix de 1€ l'action.

Les augmentations de capital seront très régulières environ 1 à 2 par an afin d'intégrer les nouveaux actionnaires jusqu'à ce que le capital atteigne un milliard d'euros.

En tant qu'actionnaire/commanditaire vous pouvez à tout moment vendre vos actions à un tiers.

L'objectif de Time for the Planet vis à vis de ses actionnaires est de pouvoir effectuer des diminutions de capital à terme mais cela pas avant 10 ans afin de faciliter la revente d'action pour les actionnaires le souhaitant.

Le prix de rachat proposé par Time for the Planet sera au prix initial de 1€ l'action.

## 6.3 Offre au public de titres financiers / AMF :

Suite à un changement de réglementation, depuis le 21 juillet 2018, ne constitue pas une OPTF (Offre au Public de Titres Financiers) l'offre dont le montant total est inférieur à 8M€ calculé sur une période de douze mois.

Time for the Planet peut ainsi proposer l'acquisition de ses titres jusqu'à 8M€ sans prospectus et donc sans agrément de l'AMF.

Toutefois nous allons établir un Document d'Information Synthétique (DIS), document obligatoire devant être publié et transmis à toute personne intéressée et déposé à l'AMF préalablement à la réalisation de l'offre.

Début 2020 nous lancerons la première offre en rédigeant et déposant auprès de l'AMF le DSI (Document d'Information Synthétique).

En 2021, nous établirons un prospectus et effectuerons une demande d'agrément à l'AMF afin de pouvoir dépasser les 8M€ d'OPTF.



## 6.4 Notre Conseil



Dominique Stucki, du cabinet Cornet Vincent Ségurel, est notre conseil. **Membre actif au sein du Pôle Finance Innovation**, il est l'un des **avocats leaders de la FinTech** et de la **PropTech**. Il siège au sein de plusieurs associations et groupes de travail dans ces domaines et est l'auteur de nombreuses publications sur ces sujets (dont le Thomson Reuters FinTech Guide - France) Grand spécialiste de l'AMF, il travaille en partie en Pro Bono pour Time for the Planet, afin de participer, par son expertise, au déploiement rapide de l'entreprise.

C'est aussi une façon pour son cabinet de travailler sur l'innovation sociale et technologique. Un ouvrage est en préparation sur le sujet, à paraître dans la revue Banque.

## 6.5 Investissements dans les filiales

Toute décision d'investissement dans une filiale doit être validée par le conseil de surveillance.

### a. Saisine du conseil de surveillance

Le conseil est saisi à la demande du CEO d'une filiale, d'un gérant de Time for the Planet, d'un membre du conseil lui-même (qui dans ce cas ne participe pas aux débats), ou d'un membre du board d'une filiale. La saisine doit contenir un résumé de la demande, indiquant :

- La raison de l'investissement demandé
- Quel montant, et pourquoi ce montant
- Quelles alternatives à un financement supplémentaires ont été étudiées
- Un prévisionnel financier intégrant le montant demandé

Avant d'être validée, la saisine doit être étudiée par un analyste de Time for the Planet. Un analyste dispose de maximum 15 jours ouvrés pour donner une réponse à une demande reçue de la part d'une filiale.

Il doit vérifier que :

- La filiale n'a pas de problème de trésorerie immédiat (à 3 mois)
- La raison et le montant de la demande de financement sont bien argumentés
- Toutes les alternatives au financement supplémentaires ont bien été explorées

L'analyste peut demander des précisions et compléter de lui-même la saisine sur la base des entretiens réalisés avec les personnes compétentes au sein de la filiale. L'analyste se rend sur les lieux pour se rendre compte de l'atmosphère qui règne au sein de l'entreprise, en réalisant des observations et des entretiens avec les salariés et dirigeants. Il rédige une note (ou enregistre un message vidéo) à l'attention des membres du conseil de surveillance, afin que les aspects humains soient pris en compte dans la décision.

## **b. Réponse du conseil de surveillance**

Le conseil peut :

- Refuser la demande. Dans ce cas, la filiale ne pourra plus saisir le conseil avant 3 mois.
- Accepter la demande en totalité, voire aller au delà.
- Accepter la demande en partie.
- Demander un pitch du CEO ou de l'auteur de la saisine sur une prochaine séance, pour disposer de plus d'éléments.

Dans tous les cas, un retour vidéo ou audio est enregistré à l'attention des dirigeants de la filiale.

## **c. Décision pouvant aboutir à un arrêt de l'activité**

Time for the Planet ne finance pas à fonds perdus une entreprise qui n'avance pas et qui ne donne pas de gages de progrès.

Le conseil de surveillance a donc toute latitude pour prononcer le refus de financement d'une entreprise arrivant à court de trésorerie, si celle-ci n'a pas pu démontrer, au regard du temps qui lui a été imparti, une réelle capacité d'accès au marché et de scale de son chiffre d'affaires et/ou de sa rentabilité.

## **6.6 Entreprises en difficulté et cessation d'activités**

Une partie du travail de Time for the Planet consistera à assurer la fermeture la plus propre et douce possible des entreprises qui seront en situation d'échec.

Time for the Planet assiste l'entreprise en difficulté, en travaillant sur des plans de licenciements économiques, des phases de conciliation avec les créanciers, de passages en sauvegarde ou procédures de redressement judiciaire.

L'assistance de Time for the Planet est alors à la fois juridique et psychologique pour les dirigeants et les salariés.

La conservation du patrimoine intellectuel de l'entreprise, avec un soin particulier à vérifier que tout ce patrimoine sera devenu open source avant la liquidation, sera au coeur du travail de Time for the Planet sur les entreprises en difficulté.

## VII. La charte

### 7.1 Notre constat : l'urgence absolue de la crise environnementale

**Nous considérons que l'Humanité est dans une situation d'urgence vitale absolue.**

La dégradation accélérée des espèces animales et végétales, accompagnée d'un réchauffement climatique causé par l'activité humaine, fait courir un risque majeur d'extinction de la Vie sur Terre. Les scientifiques nous alertent depuis 50 ans sur ce sujet. Il est désormais absolument nécessaire d'agir.

### 7.2 La puissance de l'entrepreneuriat

**Nous voulons ajouter les forces de l'entrepreneuriat pour agir aux côtés de celles et ceux qui s'engagent activement en tant que citoyen.nes, associations ou politiques.**

L'entrepreneuriat désigne une capacité de mise en action. Son aptitude à déployer rapidement des solutions, son indépendance politique et financière et sa culture de l'invention sont des outils devant résolument être utilisés pour la sauvegarde de la Planète.

### 7.3 Non-Lucrativité

**Nous nous engageons sans réserve à consacrer tous les moyens humains et financiers dont nous disposons à la résolution de cette crise écologique.**

Time for the Planet et l'ensemble de ses associé.es renoncent, dans ses statuts, à partager d'éventuels profits générés. L'intégralité de ceux-ci seront consacrés à l'amélioration, à l'accessibilité et au développement des solutions.

### 7.4 Création et financement d'entreprises ambitieuses

**Nous définissons notre rôle de la façon suivante :**

- Trouver des inventions pouvant contribuer à résoudre un problème environnemental (ingénierie scientifique)
- Constituer et former des équipes à mettre en oeuvre et développer ces inventions (ingénierie humaine)
- Rassembler des fonds pour financer la création d'entreprises et la recherche (ingénierie financière)

## 7.5 Open Source

**Nous nous devons de partager nos recherches, connaissances et expertises.**

Pour augmenter les chances de développement d'une solution technique, nous utilisons le principe du partage de ces solutions selon les règles de l'open source. N'importe qui dans le monde pourra avoir accès gratuitement à ces solutions et les utiliser.

## 7.6 Intelligence collective

**Nous croyons à l'utilité de chacun.e dans cette mission et entendons utiliser l'intelligence collective comme outil indispensable à son accomplissement.**

Notre action est démultipliée par le fait d'appeler chacun.e à nous aider. Cela peut se traduire par le fait de nous faire découvrir une invention, en nous proposer des compétences, de l'expertise ou des moyens matériels et financiers.

## 7.7 Bienveillance

**Notre façon d'impulser l'énergie : franchise, humour et bienveillance.**

Nous voulons être entourés de personnes optimistes, travailleuses, persévérantes, et tournées vers le bien commun. Pour cela, nous impulsions une culture basée sur la confiance, la franchise et la dédramatisation des situations. L'humour est une composante importante de notre quotidien. Nous sommes extrêmement francs envers nous-même et envers les personnes extérieures qui nous demandent conseil. Enfin, la bienveillance est le pilier de notre entreprise. Elle consiste à accorder notre confiance à tout le monde par principe, et la retirer uniquement si des faits objectifs nous y amènent. Nous n'interprétons jamais les paroles des un.es et des autres. Nous partons du principe qu'elles ne sous-entendent rien, et que seul ce qui est dit objectivement doit être pris en compte.

## 7.8 Transparence

**Nous revendiquons la nécessité de la transparence dans le monde des entreprises.**

De par nos engagements, nous nous considérons comme redevables auprès de toutes et tous. Les salaires et comptes de Time for the Planet sont libres d'accès. De plus chacun.e peut devenir associé.e pour un euro et participer au vote selon le principe "une personne, une voix".

## 7.9 Éthique

**Nous agissons en cohérence avec le monde plus juste auquel nous croyons.**

Dans chacune de nos actions, nous entendons veiller activement à l'égalité femmes-hommes, à la non discrimination, à l'impact de nos activités sur l'environnement, à la lutte contre toutes les formes de harcèlement et contre toutes les formes de traites des êtres humains.

## VIII. L'équipe

### 8.1 Équipe actuelle

#### 8.1.1 Les fondateurs



**Mehdi Coly**

**CEO : Chief Executive Officer**

Imaginatif et pragmatique, spécialiste du “0 à 1”, il teste à haute fréquence des stratégies de croissance de l'entreprise, et travaille inlassablement à la constitution du réseau Time for the Planet. Son obsession est d'agir avec rapidité et ingéniosité pour obtenir des résultats en utilisant le moins de ressources possibles. Il initie les projets nouveaux et les fait émerger pour que l'entreprise connaisse une croissance rapide.

**Formation : Master droit des entreprises/droit international**

**Fondateur/co-fondateur de 5 entreprises :**

**2008. Vitacolo** : Organisme de séjours pour enfants. Emploie 220 CDD/an. Social business qui organise plus de 2000 semaines de vacances chaque année, et finance le départ de 70 enfants en situation de handicap ou défavorisés.

**2012. Linkeyword**, agence web revendue en 2015 (équipe de 5 personnes)

**2015. Optimiz.me et sa filiale américaine Mazen.** Startup : Logiciel de référencement sur Google.

Lève 2 M€ en 2016.

Enfin en échec et reprise à la barre du tribunal en 2019 par l'entreprise historique du SEO, le groupe 1ère position. Optimiz.me avait au plus fort de son activité une équipe de 16 personnes

**2016. Wuha** (Exit en cours) : Startup : Technologie de recherche en langage naturel dans les applications web. Client principal : Dalloz. (Équipe de 14 personnes).

**2017. MONCDI** : Co-fondation de la branche digitale (Responsable de l'acquisition en ligne et de l'automatisation des process). 30 millions d'euros de contrats récurrents générés en 9 mois. 400 salariés

**2017. Automate.me** : Systèmes d'automatisations de process avec 0 ligne de codes. (3 salariés)

Enseignant vacataire en entrepreneuriat, Growth Hacking et stratégies d'investissement : La sorbonne, EM Lyon, Université Lyon 3

**Rôle : Chargé de l'exécution**, il démarre tous les nouveaux projets de Time for the Planet, les structure avant de transmettre leur gestion à ses associés.

Il se charge de :

- Convaincre les principaux investisseurs
- Développer le comité de développement (board) et le réseau de Time for the Planet
- Accompagner les fondateurs des filiales sur le plan commercial et managérial.
- Automatiser tout ce qui peut l'être
- Démarrer les projets nouveaux

**Ses principales qualités** : Influence, conviction, imagination, rapidité, agilité

**Ses savoir-faire** :

- . Création d'entreprises
- . Levées de fonds (Stratégie, documentation, relations aux investisseurs).
- . Digital (Référencement sur Google, Automatisations, growth hacking, recrutement et management d'ingénieurs informatiques)



## Nicolas Sabatier

### CPO : Chief Product Officer

Centré sur les valeurs profondes de Time for the Planet, le CPO construit et sculpte l'image de marque de Time for the Planet. Par ses écrits, sa présence auprès des associés, la conception des supports de communication corporate (Dossiers, Sites internet, vidéos, pitches deck, conférences...), et ses prises de position vis à vis des associés, salariés et bénévoles, il est l'initiateur et le gardien de la culture de l'entreprise.

**Formation : Master Management et Administration des Entreprises (IAE Lyon III) et Master droit international (Univ. Lyon III)**

**Fondateur/co-fondateur de 3 entreprises :**

**2008. Vitacolo** : Organisme de séjours pour enfants. Emploie 220 CDD/an. Social business qui organise plus de 2000 semaines de vacances chaque année, et finance le départ de 70 enfants en situation de handicap ou défavorisés.

**2016. L'Atenium** : bar à thème fonctionnant sur les principes de l'entreprise libérée.

**2019. Houblon du Moulin** : production, transformation et vente directe de houblon en agriculture biologique.

**Rôle** : Définir la stratégie et la culture de l'entreprise Time for the Planet. La diffuser aussi au sein des filiales.

Il se charge de :

- Définir la stratégie, en concertation avec les co-fondateurs, le board et les salariés
- Gérer l'amélioration continue de tous les supports de communication
- Manager les intervenants (prestataires, salariés, bénévoles)
- Gérer les événements physiques

**Ses principales qualités** : valeurs, intelligence humaine, vision, pédagogie

**Ses savoir-faire** :

- Management d'équipe
- Organisation humaine et logistique
- Stratégie





## Laurent Morel

### CAO : Chief Architect Officer

Le CAO de Time for the Planet est un pragmatique, fondu de tableurs et de respect des process. Capable de jongler avec tous les sujets techniques. Très attentif aux détails, aucune faille organisationnelle ne lui échappe.

**Formation : Master de l'Ecole de Commerce et Management de Kedge (Bordeaux)**

**Cofondateur et/ou associé dirigeant de 4 entreprises :**

**2013-2018 - Numbr** : Réseau d'expertise comptable à forte croissance spécialisé dans la création d'entreprise et tourné vers l'utilisation forte et le développement d'outils numériques. +400 salariés.

**2016-Everest** : Studio de production et postproduction audiovisuelle basé à Paris et Shanghai.

**2016 - Atenium** : Bar à thème fonctionnant sur les principes de l'entreprise libérée.

**2019 - Eurêka** : Cabinet de Géomètre nouvelle génération.

**Rôle** : Veiller au bon fonctionnement quotidien de toutes les composantes de Time for the Planet

Il se charge de :

- Gérer le quotidien de Time for the Planet, pour s'assurer que chaque projet lancé, chaque équipe de Time for the Planet fonctionne correctement, utilise les ressources à bon escient et avance suffisamment rapidement.
- Suivre l'avancement des entreprises créées au quotidien, d'un point de vue organisationnel, juridique, financier, structurel.
- Conclure les deals financiers après qu'on a reçu les accords oraux des investisseurs
- Monter les dossiers avec les institutionnels
- Gérer l'ensemble du secteur administratif et financier

**Ses principales qualités** : organisé, fiable, intelligence humaine, optimiste

**Ses savoir-faire** :

- Création d'entreprises notamment sur la partie juridique et financière
- Structuration de sociétés / Création de process
- Management d'équipe
- Développement commercial



## Coline Debayle

### CCO : Chief Communication Officer

La CCO aime pitcher sans arrêt pour faire rayonner l'aventure Time for the Planet et agrandir le cercle des soutiens. Elle fait preuve de pédagogie et cherche les bons mots pour embarquer le maximum de gens dans l'aventure.

**Formation** : Sciences Po Paris / HEC Paris / University of Berkeley (Californie)

**2013-2020** : Fondatrice et Présidente pendant 7 ans de la start-up Artips

Créé avec seulement 1000 euros, Artips est devenu le premier média culturel digital en France, avec ses 4 newsletters qui comptent plus d'un million d'abonnés et des taux d'ouverture supérieurs à 60 %. Ces newsletters gratuites (Artips, Musiktips, Sciencetips et Economitips) utilisent le format court et le storytelling pour rendre les savoirs accessibles à tous.

En 2020, après deux levées de fonds, Artips compte plus de 40 employés et travaille avec des clients publics et privés très prestigieux (CNRS, SNCF, BNP Paribas, Inserm, Cour des Comptes...) pour leur offrir de la visibilité ou bien pour leur créer des parcours de formation sur une plateforme de microlearning innovante.

**Rôle** : Assure les relations publiques de Time for the Planet : presse, conférences, investisseurs, grands comptes...

Elle se charge de :

- Faire connaître Time auprès de la presse française et internationale
- Participer à un maximum d'événements publics
- Rencontrer et convaincre les investisseurs (particuliers, fonds, entreprises...)
- Créer du contenu et des formations pour aider les ambassadeurs de Time for the Planet

**Ses principales qualités** : prise de parole en public, représentation, communication, pédagogie, stratégie

**Ses savoir-faire** :

- Pitch : représenter l'entreprise dans tous types de situations
- Création de contenus ludiques et pédagogiques
- Levée de fonds (business angels, fonds, entreprises) et relations actionnaires
- Commerciale auprès des grands comptes



## Arthur Auboeuf

### CDO : Chief Digital Officer

Inséré dans les milieux influenceurs digitaux, il sait comment faire connaître la mission de Time for the Planet dans les foyers.

Capable d'avancer très rapidement, il exploite la ligne de communication définie par Time for the Planet pour la diffuser au mieux auprès du grand public.

Fondateur de plusieurs sociétés dans le digital et la création de communautés :

**CEO de BrainBox** (en court de revente) : La société a créé, co-créé et développé des médias populaires en France. Ces médias rassemblent plusieurs millions d'utilisateurs et des communautés très engagées (plusieurs millions de personnes touchées chaque jour).

**Start Corporation** : La société a développé une application de rencontre de groupe In real life dans le cadre d'activités culturelles et de loisirs.

Après une levée de fond de 430k€ et 2 ans de développement, la société a été revendue à une groupe Belge.

**Head of Growth de Triller** : Triller est un réseau social américain concurrent de TikTok. Avec plus de 70 millions d'utilisateurs et 50 millions d'euros levés (auprès notamment de Carnegie et de nombreuses stars américaines comme Snoop Dog, The Week end etc...), Triller connaît un développement exponentiel aux États Unis.

Arthur faisait parti du top 10 de la société et était en charge du développement de LATAM.

- Créateur de contenu : Influenceur sur les réseaux sociaux et suivi par plus de 100 000 personnes en 2016, Arthur a réalisé des vidéos vues plus de 35 millions de fois.

Il a également travaillé avec de nombreux influenceurs partout en Europe et aux États Unis.

**Rôle** : Diffuser la culture Time for the Planet en constituant des communautés digitales et physiques engagées

Il se charge de :

- Gérer et développer la communauté/marque TP sur les réseaux sociaux.
- Gérer les relations avec les influenceurs
- Faire rayonner et parler de TP le plus possible dans la sphère publique.

- Représenter l'entreprise auprès du grand public.

**Ses principales qualités :** Communiquer, être diplomate, convaincre, être agile et optimiste

**Ses savoir-faire :**

- Communication (création de contenu, diffusion de contenu, marketing/publicité, community management et création de communauté)
- Création d'entreprises digitales (applications, sites, médias).
- Relations (influenceurs, médias, personnalités etc...)



## Denis Galha Garcia

### CTO : Chief Technical Officer

Ingénieur ingénieux, le CTO pilote la stratégie scientifique de Time for the Planet pour viser une efficacité maximale dans sa lutte contre le réchauffement climatique. Curieux, rationnel, il assure la cohérence et la pertinence des innovations mises en oeuvre.

**Formation : Ingénieur Supméca + Master II Management et Administration des Entreprises (IAE Lyon 3)**

**Associé dirigeant puis co-fondateur de 2 sociétés :**

**2020 - Vert de Mousse** : végétalisation de façades à base de bryophyte (mousse)

**2020 - Kahut** (en cours de création) : dépendances élégantes et écoresponsables en ossature bois

**2009-2019 - Dynergie** : conseil en innovation, de la détection d'opportunités au déploiement de marché, afin de faire des innovations de véritables leviers de croissance

**Rôle** : Identifier les problématiques sectorielles et dénicher les innovations à impact les plus pertinentes pour répondre aux enjeux climatiques à l'échelle mondiale.

Il se charge de :

- Définir le processus de détection puis de sélection des innovations à développer.
- Constituer et animer une communauté d'experts scientifiques pour challenger et évaluer la pertinence des innovations.
- Participer au développement stratégique de Time for the Planet
- Accompagner les fondateurs des filiales dans la mise en oeuvre des innovations

**Ses principales qualités** : ingéniosité, bienveillance, esprit de synthèse, rationnel

**Ses savoirs-faires** :

- Analyse critique des innovations (technologique, économique, marketing)
- Communication multi-disciplinaires (scientifiques, entrepreneurs, avocats, administratifs, financiers...)
- Management d'équipe
- Financements publics de l'innovation (régional, national et européen)

## 8.1.2 Les “Teams for the Planet”

Depuis son lancement, Time for the Planet est très sollicitée par des personnes souhaitant offrir leurs compétences bénévolement. Nous avons donc créé des Teams for the Planet, qui ont pour but de disposer de forces d'exécution rapides.

Voici les premières teams créées depuis le lancement :

**Team growth** : Développeurs web, UX designers, Graphistes, Growth hackers... Cette team a pour objectif de permettre à Time for the Planet de disposer d'une visibilité chaque jour plus importante auprès du grand public. Composée exclusivement de profils seniors ayant une grande expérience, cette team est amenée à devenir un pilier de la stratégie de notoriété de Time for the Planet. Chaque semaine, de nouvelles personnes demandent à l'intégrer

**Team Investors** : Composée de personnes ayant investi plus de 5 000€ dans Time for the Planet, cette équipe a pour but de convaincre chaque jour de nouveaux investisseurs de rejoindre Time for the Planet, en organisant des rencontres, événements et mises en relation.

**Team Science** : En cours de constitution, cette équipe va regrouper des ingénieurs et scientifiques ayant pour fonction de conseiller Time for the Planet en matière de choix des innovations technologiques, et de réaliser une mise en réseau pour les analyser au mieux, avec les experts les plus pointus.

**Team Mentors** : Composée d'entrepreneurs à succès ayant réussi à créer des entreprises conséquentes (plus de 10 million de CA). Les mentors interviennent en suivant les fondateurs des filiales et/ou les fondateurs de Time for the Planet.

**Team Influence** : Composée de personnalités et d'acteurs médiatiques. Les influenceurs ont pour rôle de participer à la stratégie de notoriété et de lobbying de Time for the Planet.

## 8.2 L'équipe à 5 ans

Une fois la levée de fonds bien avancée (au delà de 50 millions), Time for the Planet va commencer à recruter des permanents.

Les postes nécessaires seront :

. **Les analystes** : Ils sont chargés de trouver et sélectionner les technologies les plus intéressantes pour devenir des entreprises Time for the Planet. Ils étudient également les demandes entrantes. Leur compétence est à la fois de savoir interroger des scientifiques sur la viabilité d'un projet, mais aussi d'analyser les business modèles possibles et la structure du marché potentiel. Leur rôle va jusqu'à l'étape 2 de la méthode de création d'entreprise Time for the Planet ([cf. Méthodologie](#))

. **Les Chargés de recrutement et de suivi** : Leur rôle est de trouver les entrepreneurs capables de créer les entreprises filiales de TP , et de les suivre sur le long terme, pendant les 3 premières années de l'entreprise. Ils coordonnent l'action du co-fondateur de Time for the Planet impliqué dans la filiale, des membres du board de la filiale et des créateurs de l'entreprise.

Pour rappel chaque filiale a un board composé de :

- . 1 cofondateur de Time for the Planet
- . 1 membre du Comité de développement de Time for the Planet (pour l'image)
- . 1 membre de la team Investisseurs de Time for the Planet
- . 1 salarié accompagnateur de Time for the Planet qui suit l'avancement au quotidien et qui participe aux rendez-vous les plus importants.

. **Les Responsables R&D** :

Leur rôle est d'étudier la faisabilité technologique des projets. Ils participent, avec les analystes, au choix des technologies à transformer en entreprise, et à la conception des MVP (minimum viable product) des filiales.

. **Les growth specialists** :

Ils ont une double fonction :

- Fonction support pour aider les filiales à atteindre le product-market fit en effectuant des tests de marché à haute fréquence
- Accélération de la levée de fonds de Time for the Planet en multipliant les investisseurs-citoyens.



## 8.3 Organigramme à 5 ans



B = bénévoles  
E = employés

# Conclusion

En créant Time for the Planet, nous avons voulu 3 choses :

1. **Passer à l'action** : Les scientifiques, mouvements écologistes citoyens, célébrités engagées, ONG, politiques... ont pendant 30 ans permis l'émergence d'une réelle conscience écologique mondiale. Pour autant, nous sommes nombreux à nous demander comment passer du discours à l'action.
2. **Être indépendants, pour être efficaces tout de suite.** Ne pas dépendre des politiques, des frontières et du niveau d'investissement individuel des populations dans la lutte contre le changement climatique. Nous sommes convaincus que l'éducation, la sensibilisation et la législation sont des éléments fondamentaux pour le succès de la cause environnementale. Mais ce sont des processus qui nécessitent un temps long pour être mis en oeuvre, et sur lesquels nous n'avons pas de prise à notre échelle individuelle. Time for the Planet peut fonctionner tout de suite, sans dépendre de la mise en oeuvre effective de ces politiques publiques.
3. **Ne pas juger, ne pas diviser.** Nous ne sommes pas là pour distribuer les bons et les mauvais points. Sans être pour autant angéliques ou crédules, nous sommes prêts à travailler avec tout le monde, quel que soit son impact passé ou présent sur les émissions de gaz à effet de serre. Le bateau coule, mais nous avons besoin de chaque membre de l'équipage pour survivre. Time for the Planet n'est pas là pour juger les personnes et entreprises sur leur exemplarité, mais pour mobiliser l'énergie de tous ceux qui croient que l'open source, la non lucrativité et l'entrepreneuriat sont les 3 ingrédients d'une solution ambitieuse pour mettre fin à la menace la plus fondamentale à laquelle l'humanité ait été confrontée.

## Alors, on y va ?

**Je participe !**