

# **La marque Lyonnaise Le Petit Pousse se dote d'une raison d'être : « Rendre encore plus forts les liens familiaux »**

A l'issue d'un exercice de plusieurs mois avec le cabinet 3-COM, la marque lyonnaise Le Petit Pousse, créatrice du concept de bébéothèque™, renforce son identité d'entreprise en se dotant d'une raison d'être : « rendre encore plus forts les liens familiaux » et confirme la bonne perception de son image de marque auprès du public.

Séverine Bellintani, co-fondatrice déclare :

« Nous voulions à l'issue de l'exercice valider notre raison d'être, ce qui fait que nous avons fondé Le Petit Pousse, ce pourquoi nous existons, outre concevoir et proposer des produits beaux et utiles pour les familles. Après de riches discussions, la raison d'être a fini par se révéler à nous et sera un élément clé de notre stratégie. Rendre encore plus forts les liens familiaux, c'est ce qui nous anime lorsque nous créons nos produits. Cela nous permettra également de mesurer la réussite de ce que nous apportons comme expérience à nos clients. »

Les fondatrices ont prévu d'inscrire cet élément fondateur dans leurs statuts, comme le permet la loi Pacte, votée en 2019.

Le travail qui a permis de formaliser la raison d'être et les autres éléments de l'identité (mission, vision et valeurs) s'est basé sur la méthodologie 3-COM, constituée de 3 modules :

- module diagnostic,
- module enquête, qui permet de valider ou retravailler les hypothèses à travers des entretiens qualitatifs et une étude quantitative sur les réseaux sociaux,
- module mise en place et suivi, qui permet d'ancrer le travail dans le temps.

C'est à notre connaissance la première fois en France qu'une raison d'être est ainsi validée de façon scientifique et démocratique par les parties prenantes d'une entreprise.

Plus d'informations sur la marque et sur la démarche sont disponibles en annexes ci-dessous.

## **Pour en savoir plus**

Site Internet : <https://lepetitpousse.fr/fr>

Facebook : <https://www.facebook.com/pg/lepetitpousse>

Instagram : <https://www.instagram.com/lepetitpousse/>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/le-petit-pousse>

Pour en savoir plus sur le cabinet 3-COM : [www.3-com.fr](http://www.3-com.fr)

Pour en savoir plus sur la bébéothèque : <https://www.youtube.com/watch?v=nIFROT4qrKY>

# Contact presse

[emmanuelle@lepetitpousse.fr](mailto:emmanuelle@lepetitpousse.fr) / 0661768708

## ANNEXES

Conserver les souvenirs de son enfant de la plus belle des façons, c'est lui offrir **un trait d'union entre son passé, son présent et son futur**. C'est aussi et surtout lui montrer combien il est aimé et entouré.

Dans ce contexte, [Le Petit Pousse](#) propose bébéothèques, coffrets bébé et coffrets enfant : de nombreux produits riches de sens, pleins de valeurs et qui invitent au partage.

En pleine crise Covid-19 et alors que nombre de consommateurs ont spontanément remis en question et repensé leurs réflexes d'achat, Le Petit Pousse a travaillé avec l'entreprise [3-COM](#) pour écrire sa raison d'être et ses valeurs, pour valider la perception de la marque par ses clients et partenaires, pour réinscrire ces fondamentaux au cœur de sa communication.



FAITES DE SES SOUVENIRS UN TRÉSOR!

## Le Petit Pousse, la marque qui vous aide à faire des souvenirs de vos enfants un véritable trésor

**Le Petit Pousse**, c'est l'histoire d'un coup de cœur entre Séverine et Emmanuelle, deux mamans lyonnaises qui ont en tête de créer des cadeaux de naissance qui restent. En effet, lorsque l'on est parent d'un jeune enfant, le temps passe vite. Et les parents ont à cœur de trouver de belles façons de **garder les meilleurs moments de leur bébé** puis petit enfant.

Comme les mamans cherchaient **une jolie malle pour réunir, conserver et raconter les souvenirs de leurs enfants**, elles ont décidé de créer leur propre gamme de malles à souvenirs, appelées « bébéothèques » par la fille de Séverine lorsqu'elle avait 2 ans. Le concept est ainsi né de ce besoin de mamans et de l'envie de donner un sens à leurs activités professionnelles.

C'est ensuite qu'elles mènent l'enquête auprès de nombreuses familles et découvrent que 95% des parents conservent des souvenirs de leurs enfants et que près de 40% d'entre eux sont en panne d'inspiration lorsque l'entourage leur demandait **des idées de cadeaux pour la naissance** de leur enfant. Faute d'avoir la bonne idée, chacun finit par offrir (ou par se faire offrir) un énième doudou qui finira vite relégué au fond d'un placard.

Lorsqu'elles décident de lancer leur entreprise, Séverine et Emmanuelle reçoivent de nombreux messages d'encouragement de la part des familles ; notamment de la part de celles dont l'histoire sort de l'ordinaire (adoptions, familles mono ou homoparentales etc.) et qui racontent leurs difficultés à trouver des objets adaptés pour leur vécu. Conformément à leurs valeurs personnelles, elles décident d'intégrer la personnalisation au cœur de la conception de leurs produits, ces derniers devant être en mesure de s'adapter à chaque enfant, à chaque histoire et à chaque schéma familial, afin d'inclure les enfants et de les valoriser dans le récit de leur enfance plutôt que leur donner le sentiment qu'ils ne rentrent pas dans les cases.

Aujourd'hui, de nombreuses familles y compris les plus classiques utilisent les produits Le Petit Pousse et apprécient de pouvoir choisir quels objets elles garderont dans la bécéothèque ou le casier à souvenirs (accompagné d'étiquettes parce que tous les enfants n'ont pas nécessairement eu de tétine ou de dragées de baptême). De même pour les souvenirs d'école à glisser dans l'album photos de classe.

Chez Le Petit Pousse, on ne veut pas culpabiliser les parents avec des contenus prédéfinis qui mettraient en évidence ce qu'ils n'ont pas fait ou pas gardé. On préfère valoriser l'enfant en lui racontant son histoire et ses exploits, souvenirs à l'appui. La bécéothèque peut être commencée à tout âge puis ce sera au tour de l'enfant de décider ce qui compte pour lui ou pour elle.

Chacun aura ainsi un trésor différent des autres, y compris entre frères et sœurs au sein d'une même famille, dans lequel il pourra se replonger à chaque fois qu'il en aura envie.

## Mission, raison d'être et valeurs de la marque Le Petit Pousse

Forte de son histoire, dès l'origine Le Petit Pousse a défini **la mission** de son entreprise dans sa baseline : **« Faites de ses souvenirs un trésor »**. Ce slogan sonne comme une invitation envoyée aux parents pour qu'ils pensent à conserver certains objets témoins de l'enfance, chargés de sens, pour les transmettre à leurs enfants avec l'histoire qu'ils racontent. Et dans cette mission, la marque se place aux côtés des familles pour les aider à créer un trésor unique pour chacun de leurs enfants.

Bien que guidées par leur volonté de donner du sens, jusqu'en juin 2020 les cofondatrices de la marque n'avaient pas écrit sa **raison d'être**. C'est l'entreprise 3-COM, spécialiste de l'identité des entreprises, qui a accompagné Le Petit Pousse dans cette démarche sur son identité et sa raison d'être. Clarence Michel a interviewé Séverine et Emmanuelle afin de mieux comprendre leur entreprise et ce qui les avait poussées à la créer, puis a mené avec elles un travail d'analyse et de réflexion sur l'ensemble de leurs activités (création de produits, articles de blog, actions solidaires, messages et contenus sur leurs réseaux sociaux etc.) ainsi que sur leurs valeurs personnelles. Ce travail de fond de leur a permis de se doter de la **raison d'être du Petit Pousse** : **« rendre encore plus forts les liens familiaux »**.

Alors qu'elles créaient leur entreprise, Séverine et Emmanuelle ont écrit ensemble **les valeurs de la marque**. Dans le cadre de la **réflexion sur l'identité de la marque Le Petit Pousse avec 3-COM**, les définitions des valeurs se sont précisées. Voici les valeurs de la marque et la définition qu'elles leur donnent :

**Bienveillance** : La bienveillance est au cœur du projet des deux mamans fondatrices.

Bienveillance envers les enfants, bienveillance envers les familles pour lesquelles la marque est créatrice de bonheurs partagés.

**Qualité** : Le Petit Pousse accorde une importance première à fabriquer des produits esthétiques, astucieux, mais aussi de qualité et durables, afin que vos trésors soient à l'abri jusqu'à la génération suivante.

**Diversité** :

Nos produits sont conçus pour toutes les familles, quelle que soit leur histoire. Nous savons que chaque famille est unique et que chaque enfant se développe à son rythme, c'est pourquoi nous avons conçu nos produits pour qu'ils s'adaptent à vous plutôt que de vous obliger à rentrer dans des cases. Nous préférons que vous puissiez raconter son histoire à votre enfant et vous laisser libres de l'illustrer en conséquence.

**Transmission** : Au cœur de notre marque, il y a la volonté de permettre et faciliter le partage intergénérationnel. La transmission fait partie de notre ADN de mamans et nous sommes fières d'avoir conçu des produits intemporels qui ont un sens et que chaque famille pourra s'approprier.

## Des valeurs comprises et partagées par les familles et partenaires du Petit Pousse

Afin d'être certaines que les fondamentaux de la marque étaient également bien compris par leurs abonnés sur les réseaux sociaux, leurs clients et leurs partenaires, Séverine et Emmanuelle ont lancé avec 3-COM une large enquête en juin 2020.

### Perception de la marque

Voici les mots qui viennent en tête dans l'esprit des répondants lorsqu'on évoque Le Petit Pousse. Le premier mot qui ressort et pour un grand nombre de personnes est « **souvenirs** », suivi de près par « boîte à souvenirs ». Viennent ensuite « trésors » et « gardiens de trésors » et d'autres mots comme « émotions », « bébéothèque », « douceur », « plaisir », « partage », « héritage » ou « déco ».

### Les valeurs perçues

Quatre valeurs se détachent dans les réponses :

- Le Petit Pousse est avant tout associé à la **qualité**.
- Les deux autres sont la **famille** et la **douceur**.
- Viennent ensuite d'autres valeurs comme l'amour des bébés, la transmission et l'honnêteté.



Enfin, 95% du public qui a participé à l'enquête confirme que les valeurs définies par l'entreprise correspondent à l'image qu'ils ont de **la marque Le Petit Pousse**, montrant ainsi la **congruence** de sa communication avec son identité.

## À propos de Séverine et Emmanuelle, deux mamans inspirées et inspirantes

Séverine et Emmanuelle sont deux mamans lyonnaises qui ont décidé de créer leur entreprise, Le Petit Pousse, en 2016. Aujourd'hui, Le Petit Pousse est devenu la référence française pour la conservation des souvenirs d'enfance. Les produits dont elles rêvaient pour leurs enfants n'existant pas, alors elles ont décidé de les créer, pour le plus grand plaisir des familles. Elles ont conçu toute une gamme de produits astucieux et esthétiques qui constituent le prétexte parfait à la transmission de souvenirs et qui pourront être explorés au fil de l'enfance. Pour rassembler tous ces objets précieux, de la tenue de naissance ou de baptême à ses premiers dessins et cahiers d'école, elles ont imaginé la bébéothèque™ : une malle qui s'intègre à merveille dans les chambres d'enfants. Grâce à leurs albums, casiers à souvenirs et autres accessoires prêts à personnaliser et pensés pour toutes les familles, chacun pourra raconter la véritable histoire de son enfant. Les produits ont été conçus par les deux mamans qui ont ensuite choisi avec soin les fournisseurs qui fabriquent ces cadeaux magiques, en gardant à l'esprit que leurs produits devaient rester accessibles au plus grand nombre.

### Histoire

Depuis 2010 et la naissance de leurs enfants, Séverine et Emmanuelle conservent des souvenirs et cherchent une manière élégante et astucieuse de les réunir puis de les raconter.

2016 : Séverine rencontre Emmanuelle c'est le début d'une grande aventure... Et d'une belle amitié !

2017 : Création de la marque Le Petit Pousse avec le produit phare, la bébéothèque, ainsi que les premiers accessoires.

2018 : Premières actions solidaires, développement de la marque, cap des 1000 familles conquises par le concept.

2019 : Lancement à l'international (Europe).

2020 : Les familles se recentrent sur ce qui est essentiel : vivre plus de moments ensemble, trier et ranger les objets précieux, prendre le temps de raconter leur histoire aux enfants et de créer des souvenirs avec eux. Les valeurs Le Petit Pousse font écho avec le quotidien des parents, permettant à notre belle entreprise de continuer à grandir.

