

# Karma Panda

## **C'est quoi ce énième projet qui veut changer le monde?**

Beaucoup d'entreprises multiplient les efforts pour que le monde avance dans le bon sens, en réduisant leur impact écologique, en améliorant le quotidien des populations qui travaillent ou dépendent d'elles, en inventant de nouveaux systèmes de gouvernance plus démocratiques...

**Et d'autres continuent de commettre des actes inacceptables.**





## Une armée de pandas endormis

Notre consommation est une arme de transformation massive, capable de changer le monde en profondeur. En tant que citoyens, nous pouvons choisir d'aider les entreprises qui défendent nos valeurs à se développer. Et nous pouvons faire disparaître celles qui les bafouent. Mais tout ça n'est possible qu'à une condition : que nous soyons suffisamment éveillés, c'est à dire informés, pour déterminer ensemble quelles entreprises vont dans le sens de l'intérêt général, et lesquelles n'y vont pas.



### Comment voir l'Âme...

Journalistes, activistes, lanceurs d'alertes... Beaucoup travaillent à fournir au grand public des informations ables et concrètes sur les actes réels des entreprises. Actes qui, pour nous, constituent leurs Âmes. Malheureusement, ces informations ont peu d'impact sur nos habitudes de consommation : contrairement aux communications de marques, elles ne sont délivrées ni au bon endroit, ni au bon moment. On découvre, on s'offusque et, la plupart du temps, on oublie. Pas de soucis : c'est normal, c'est humain.



### ... qui se cache derrière une marque

Sur internet comme dans la vie, plus nous nous rapprochons de l'acte d'achat, plus les marques monopolisent le territoire d'expression. Publicité, influence, packaging... Les entreprises maîtrisent autant que possible les canaux d'informations et brouillent la lisibilité de la réalité de leurs actions. C'est d'ailleurs à ça que sert une marque. Nous sommes bien placés pour le savoir : les trois fondateurs de l'organisation Karma Panda (Swedish Monkey, Onkalo et Green Dirt) sont des professionnels de la communication qui ont décidé de mettre leurs compétences au service de l'intérêt général.



## Appliquons les lois du Karma

Pour aider les citoyens à identifier clairement les entreprises qu'ils jugent bénéfiques, il fallait créer un contre-pouvoir démocratique aussi puissant que celui des marques. Et c'est pourquoi nous avons fondé l'organisation Karma Panda. Notre mission est de donner aux citoyens la possibilité d'accéder facilement à une image fiable et immédiatement compréhensible de l'Âme d'une entreprise, à chaque fois qu'ils croisent l'une de ces marques sur internet. Les entreprises qui vont dans le sens de l'intérêt général verront leur image s'améliorer proportionnellement à leurs efforts. Les autres seront forcées de changer radicalement, ou de disparaître.



2 Marques détectées sur cette page ▼

Google  
Biocoop

Activer sur ce site

Suggérer une nouvelle marque

Accéder au profil



## C'est quoi le plan ? Un plug-in

Tout le monde connaît AdBlock : une extension de navigateur qui se télécharge et s'installe en quelques secondes, et permet de surfer sur internet sans aucune publicité.

Un plug-in de ce type, aussi simple d'utilisation, pourrait identifier n'importe quelle marque, dans n'importe quelle page web, et y associer un symbole indiquant si l'entreprise est plutôt bonne, ou plutôt mauvaise.

Un survol permettrait ensuite d'accéder à une notation plus détaillée (écologie, éthique, scalité, etc.) (le Résumé de l'Âme) et à une page référençant tous les actes de l'entreprise sur la base de sources accessibles sur le web (l'Âme). Ce plug-in, nous l'avons déjà développé.

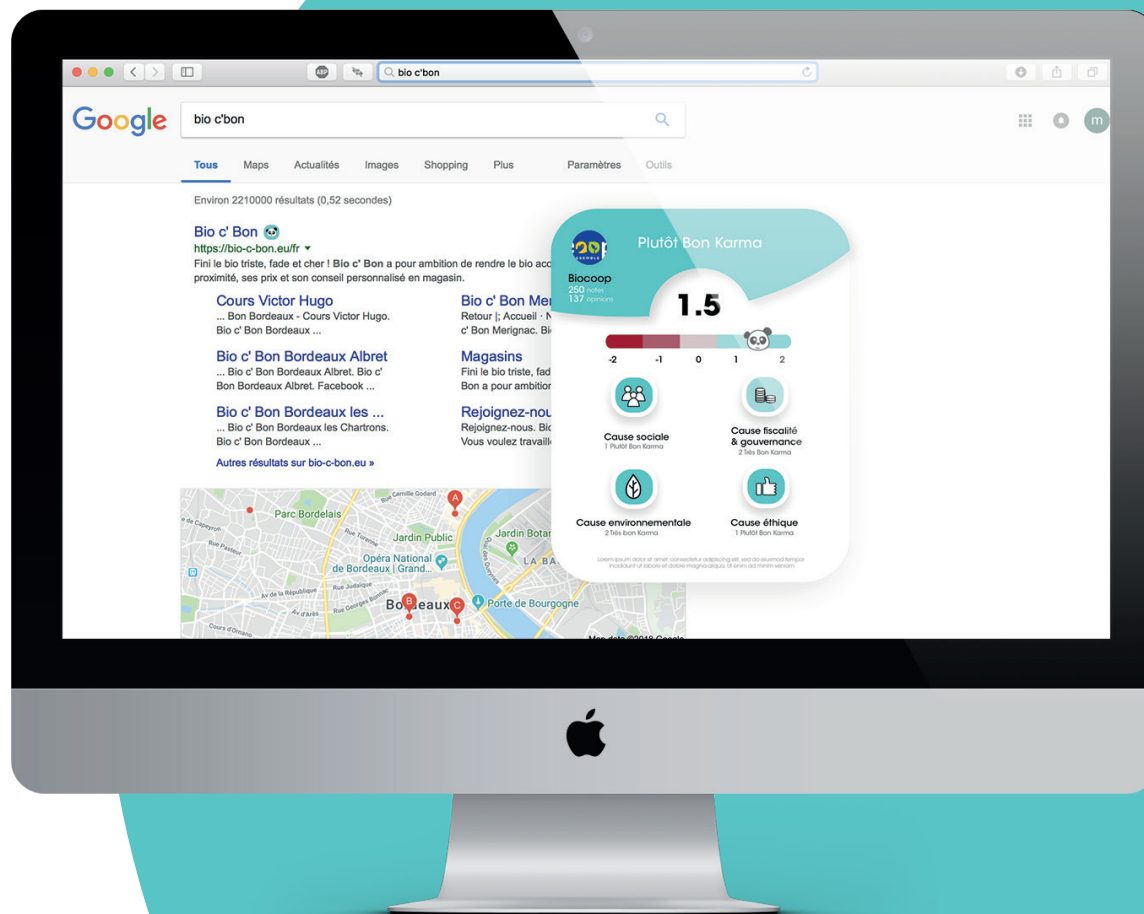


## Qui décide si une entreprise est bonne ou mauvaise ?

La communauté des Pandas Sacrés.

C'est-à-dire l'ensemble des personnes qui souhaitent contribuer à la Cause, sans aucune distinction de quelque nature que ce soit. Tous les citoyens sont invités à participer à la construction de cette organisation qui nous appartient collectivement.

« Nous avons une conviction : tout le monde est légitime de juger des actes d'une entreprise, puisque les conséquences de ces actes nous touchent tous, collectivement. Karma Panda doit être capable de fournir une information accessible à tous pour que chacun puisse justifier ses jugements. »



## Et plus concrètement ?

Toutes les personnes ayant téléchargé le plugin pourront participer à la notation de l'Âme d'une entreprise. Ils devront attribuer un Karma allant de -2 à 2 sur les 4 grandes Causes : Environnementale, Éthique, Fiscale & Gouvernance et Sociale. Le Karma d'une entreprise est tout simplement la moyenne\* des avis des Pandas Sacrés, c'est-à-dire des contributeurs qui ont téléchargé le plug-in et participé à la notation. Pour nous, c'est l'indice le plus fiable pour juger du comportement d'une entreprise.

\* Les utilisateurs du plugin peuvent pondérer les différentes causes pour que les notes attribuées par leur plugin reflètent au mieux leurs préoccupations.



cause éthique



cause  
environnementale



cause fiscalité  
& gouvernance



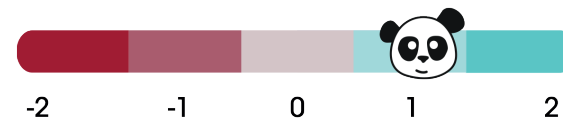
cause sociale

## Et ils jugent sur quelle base ? Au pifomètre ?

Pour chaque Cause, les Pandas peuvent consulter des Actes qui les informent simplement et rapidement sur les actions d'une entreprise sur un sujet donné.

Ces Actes prennent la forme de pictogrammes correspondant à des sous-catégories plus précises que les Causes. Ils sont composés d'un code couleur allant du bleu **Très Bénéfique** au rouge **Très Maléfique** accompagnés de 10 mots clefs (Hashtags Majeurs).

A titre d'exemple, la Cause Environnementale est décomposée en 3 Actes : Implication dans le changement climatique / Préservation des écosystèmes / Préservation des ressources naturelles.

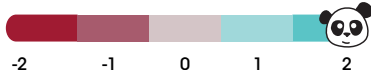




## Cause Environnementale

2

Très Bon Karma



2 Implication dans le changement climatique  
1 opinion



2 Préservation des écosystèmes  
1 opinion



1 Préservation des ressources  
1 opinion



1 Condition animale



## Cause Sociale

1

Plutôt Bon Karma



1 Conditions salariales  
1 opinion



0 Discriminations  
1 opinion



0 Conditions de travail  
1 opinion



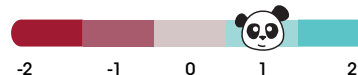
1 Management et



## Cause Ethique

1

Plutôt Bon Karma



0 Responsabilité politique  
1 opinion



1 Influence du marché  
1 opinion



2 Respect des populations  
1 opinion



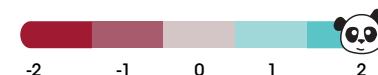
0 Respect du consommateur



## Cause Fiscale & Gouvernance

2

Très Bon Karma



0 Taux de rémunération de l'actionariat  
1 opinion



0 Taux d'imposition  
1 opinion



1 Surrémunération des dirigeants  
1 opinion

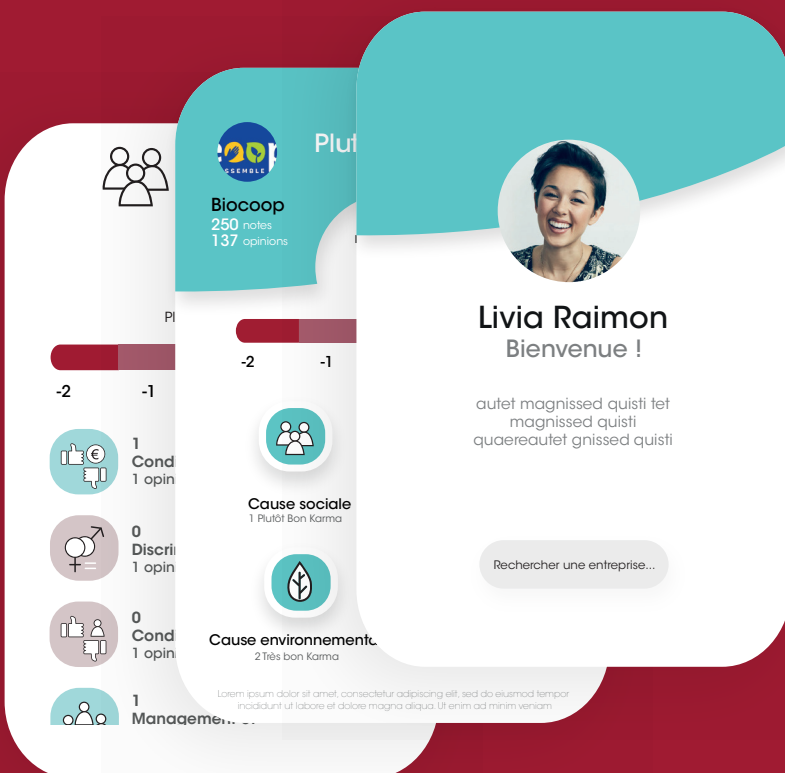


2 Participation des salariés



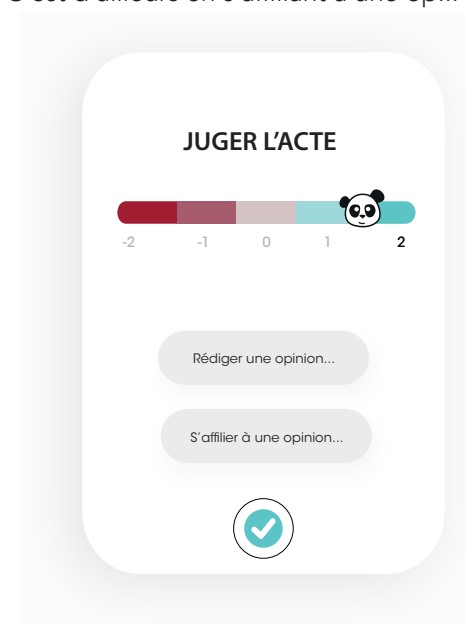
## OK. Et dans ce cas, qui juge les actes ?

La communauté des Pandas Sacrés : toutes les personnes ayant téléchargé le plugin et renseigné leur Profil pourront juger d'un Acte. Ils attribueront une note sur un spectre allant de « Très Bénéfique » à « Très Maléfique » sur la Page de Délibération de l'Acte.



## Et cette fois ci, c'est au pifomètre ?

Chaque Jugement d'Acte doit être justifié par une Opinion. Le Panda qui juge l'Acte peut soit en rédiger une (devenant à cette occasion Panda Sacré), soit affilier son vote à l'Opinion d'un Panda Sacré déjà rédigée sur la Page Délibération, qu'il trouve suffisamment pertinente pour y affilier son choix. C'est d'ailleurs en s'affiliant à une op...





## Attends, attends, c'est quoi une opinion ?

Excellente question : c'est là que ça devient intéressant.

L'Opinion est la clef de voûte de notre système de collecte d'information participatif.

Le « ventre de la bête ». La forêt de bambou ! Bref : c'est là que ça se joue.

Les Opinions sont des avis rédigés par les Saints Pandas sur un Acte précis, pour une entreprise donnée. Des indications lui sont fournies pour qu'il puisse mener ses recherches sur le web et réunir un maximum d'informations sur l'entreprise concernant l'Acte qu'il est en train de juger.

Lorsque ses recherches sont terminées, le Saint Panda rédige une synthèse, y associe un titre, l'ensemble des sources qui lui ont servies à rédiger son Opinion ainsi que les hashtags qui résument ses recherches. L'objectif est que l'Opinion soit la plus claire, la plus honnête et la plus lisible possible, pour que chacun puisse se faire un avis sur le sujet.



## Et comment on peut être sur que les opinions sont fiables ?

Excellente question ! (encore)

Comme on le disait plus haut, le Jugement d'un Acte doit obligatoirement être affilié à une Opinion. On parle alors de Sacrement. A chaque fois qu'une Opinion est sacrée, elle gagne du « poids ». Elle remonte dans la liste des Opinions et est plus lisible.

Les Opinions qui sont donc jugées les plus pertinentes par la communauté seront donc mécaniquement celles qui seront présentées le plus fréquemment aux Pandas qui souhaitent s'informer sur l'Acte.

Mais ce n'est pas tout : si vous avez bien suivi les questions précédentes, vous devez savoir que sur la page Âme d'une entreprise, les pictogrammes des Actes mettent en avant dix Hashtags Majeurs, qui résument en réalité les Délibérations sur l'Acte.

Ces hashtags sont ceux qui apparaissent le plus souvent sur les Opinions, pondérées par les Sacrements des Opinions auxquels ils sont associés (c'est un peu technique, mais si vous relisez bien ça a du sens).





## Comment je peux savoir si une entreprise fait quelque chose que je ne peux pas supporter ?

De la même manière que vous pouvez pondérer les notations de votre plug-in en fonction de ce qui vous préoccupe le plus, vous avez la possibilité de mettre en place des alertes sur des sujets précis.

Si, par exemple, vous avez mis une alerte sur le travail des enfants, et que cette dénomination apparaît dans un des dix Hashtags Majeurs d'un Acte d'une marque, un symbole spéci que est af ché sur l'Acte pour attirer votre attention. Vous pourrez ensuite vous renseigner sur les Opinions qui portent ce hashtag.

L'alerte sera aussi visible à côté de la Cause (à laquelle est associée l'Acte) sur le Résumé de l'Âme de l'entreprise, et à côté du symbole Karma que le plug-in associe au nom de la marque partout où vous la croisez sur le web.

Autant dire que plus jamais une entreprise ne pourra cacher quoi que ce soit derrière une marque.



## Vous allez faire du fric avec ça ? **NON**

Nous voyons l'organisation Karma Panda comme un engagement citoyen. Le projet le projet restera à but non lucratif et ouvert.

Il appartient aux citoyens qui décident de s'en emparer.

Si nous récoltons des dons ou des subventions, ils seront intégrale- ment investis dans le développement du projet.



## C'est quoi votre objectif à moyen terme ?

Pour nous assurer que le projet puisse atteindre le grand public, nous voulons que la communauté compte au minimum 10 000 Pandas Éveillés dans le mois du lancement public du Plug-in.

Pour y parvenir, nous comptons organiser un événement de lancement public autour du thème de la responsabilité sociétale des entreprises.

Cet événement réunira les membres de la communauté ayant participé à la première phase de notation, des médias, des ambassadeurs du projet, des intervenants spécialistes, ainsi que des artistes présentant des oeuvres et performances en lien avec le thème.

Au programme : conférences, workshops, séances de notation, performances artistiques, projections, échanges, petits fours responsables, etc.

Nous nous donnons un an et demi maximum pour y parvenir. Mais les délais pourraient se raccourcir en fonction de l'avancée du projet (et donc de votre engagement).



## C'est quoi votre objectif à long terme ?

### Changer le monde (en mieux).

Et plus précisément, nous comptons développer :

- De nouvelles fonctionnalités allant dans le sens de notre action (recommandation de marque avec un meilleur Karma, réalité augmentée, accès à des classements par secteur, ChatBot etc.)
- De nouveaux projets capables de répondre à notre mission.
- Des outils de documentation et des projets artistiques pour sensibiliser le grand public à la responsabilité sociétale des entreprises.

L'objectif final est de structurer l'organisation comme une ONG décentralisée qui répondra par tous les moyens mis à sa disposition à sa mission première :

**Appliquer la loi du Karma.**





## Et vous en êtes où aujourd'hui ?

Aujourd'hui, nous avons beaucoup avancé dans la conception du projet, mais tout reste à faire ! Plusieurs chantiers sont en cours :

- **Technologie** : La technologie du plugin est déjà fonctionnelle (elle sera optimisée). Nous sommes en train de développer un premier prototype fonctionnel de la partie notation, qui nous permettra de constituer une base de donnée de notations.
- **Communauté** : Vous l'aurez compris, la communauté des Pandas est centrale dans le projet. Nous commençons d'ores et déjà à la structurer. Dans cette première phase, nous cherchons à nous rapprocher d'universités pour améliorer le système de notation d'une part, et pour associer plusieurs Masters à la notation des premières entreprises. Nous élargirons ensuite la communauté à des associations en lien avec notre mission (associations de consommateurs, ONG, etc.), à des communautés pertinentes, puis enfin au grand public.
- **Communication** : Nous finalisons l'identité graphique, le design des interfaces et les premiers outils de

communication (cette plaquette de présentation, mockups, site web, vidéos explicatives etc.). Un gros travail d'animation des interfaces va être lancé. De nombreux autres supports sont prévus, notamment du Brand Content et des projets artistiques en lien avec le projet.

- **Ambassadeurs & partenaires** : La notoriété du projet dans sa phase de lancement dépendra en grande partie des soutiens publics que nous arriverons à fédérer. Nous cherchons donc 4 parrains-ambassadeurs pour soutenir le projet :
  - Un expert reconnu de la RSE
  - Un activiste/lanceur d'alerte
  - Une personnalité publique (nous avons déjà un accord de principe)
  - Un artiste connu pour ses engagements

Nous cherchons également des associations et collectifs dont la mission est en cohérence avec la notre, pour apporter une résonance au projet lors de sa phase de lancement et une aide logistique, notamment pour l'organisation de l'évènement.

## A

**Âme (d'une entreprise) :** page de profil d'une entreprise détaillant son Karma par cause et par acte. C'est ici que les pandas sacrés peuvent attribuer des points de Karma sur les différentes causes sur la base des actes présentés.

**Acte :** Les Actes divisent les Causes en différentes catégories. Un Acte vise à résumer le comportement d'une entreprise concernant une des problématiques de la Cause. Par exemple, parmi la Cause Environnementale on retrouvera les différents actes suivants : « Impact sur le changement climatique », « Préservation des écosystèmes » ou encore « Préservation des ressources »

## C

**Cause :** Grandes thématiques sur lesquelles une entreprise est jugée.

## D

**Délibérations :** Interface où les Saint Pandas délivrent leurs Opinions sur un Acte donné.

## J

**Jugement :** Fait d'évaluer l'aspect bénéfique ou maléfique d'un Acte, pour pouvoir le délivrer il faut l'appuyer sur le sacrement d'une opinion ou apporter.

## K

**Karma (d'une entreprise) :** Note globale sur 5 d'une entreprise représentative du fait qu'elle soit bonne ou mauvaise. Par défaut, c'est la moyenne arithmétique du « Karma par Cause. »

**Karma par Actes :** Note sur 5 d'une entreprise concernant un acte donné. Pour l'instant les Actes sont définies dans le schéma notation agrégées.

**Karma par Causes :** Note sur 5 d'une entreprise sur une thématique donnée. Pour l'instant les grandes causes sont au nombre de 4 : Causes Environnementale; Ethiques; Gouvernance et Fiscalité; Sociales. C'est la note moyenne donnée par les internautes à partir de la valeur des Actes qui ont été présentés pour la Cause. La note attribuée par un utilisateur donné est un nombre entier.

## M

**MVP (Minimum Viable Product ou Produit Minimum Viable en français) :** La version du produit que l'on vise pour le lancement public. Comme il s'agit d'un projet à but non lucratif, il convient de faire attention à ce que les objectifs ne soient pas inatteignables, d'où le « Minimum ». Tout en permettant à un utilisateur potentiel d'en faire assez pour que l'utilisation du produit lui apporte de la valeur, d'où le « Viable ». En clair, il doit non seulement être techniquement fonctionnel, mais en plus intégrer assez de design, documentation, communication, juridique etc. pour qu'il soit appréciable.

## O

**Opinions :** Commentaire laissé par un Panda Sacré constitué d'un texte qui synthétise son point de vue sur l'entreprise sur un acte donné, obligatoirement étayé par une ou plusieurs sources.

## P

**Panda Endormi :** personne n'ayant jamais téléchargé le plugin.

**Panda Sacré :** Panda éveillé inscrit.

**Panda éveillé :** Panda Endormi qui a téléchargé le plugin  
**Plugin (web) :** Un plugin est une extension que tu peux rajouter à ton navigateur internet (chrome, firefox, opera...). C'est un peu comme si ton navigateur c'était ton smartphone et le plugin une app que tu installes. Ça donne à ton navigateur (et au tien uniquement) de nouveaux pouvoirs.

Le plugin le plus connu c'est [Ad Block](https://getadblock.com/) il permet de cacher les pubs partout où tu vas sur internet.

Ce qu'il faut retenir c'est que c'est très simple à installer et que ça n'affecte que ta navigation à toi.

**Profil :** Permet de régler son profil (points donnés à une cause) et de visualiser rapidement mes contributions passées.

**Prototype :** Le prototype c'est une version de travail du produit qui reste en interne. Les utilisateurs du prototype seront des personnes qui connaissent très bien le projet et qui font partie de la communauté initiale. Ils n'ont pas peur d'être l'un des premiers contributeurs d'un outil encore bancal et savent d'ailleurs explicitement que ce ne sera pas la version publique du site. La seule chose qu'ils doivent véritablement pouvoir être capable de faire c'est noter une entreprise.

## S

**Saint Panda :** Panda Sacré contributeur (ex : commentaires, votes).



## Ok, cool. Ça m'intéresse : c'est quoi votre contact ?

Pour la partie communication / design :

**Swedish Monkey** / [swedishmonkey.karmapanda@protonmail.com](mailto:swedishmonkey.karmapanda@protonmail.com)

Pour la partie technique / développement :

**Green Dirt** / [greendirt.karmapanda@protonmail.com](mailto:greendirt.karmapanda@protonmail.com)

Pour la partie Partenariat / Influence :

**Onkalo** / [onkalo.karmapanda@protonmail.com](mailto:onkalo.karmapanda@protonmail.com)

*Si vous nous contactez pour la première fois, n'hésitez pas à mettre les trois adresses en copie.*