

BAROMÈTRE 2017 DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL



SOMMAIRE

SONDAGE (P. 2-3)

L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL VU PAR LES ENTREPRENEURS SOCIAUX ET LE GRAND PUBLIC P.2

TERRITOIRES (P. 4-9)

L'INNOVATION SOCIALE VEUT SA FRENCH TECH P.6

CONSOMMATION ET PRODUCTION (P. 10-13)

VERS UNE MODE ÉCOLOGIQUE ET LOCALE ? P.12

ÉNERGIE (P. 14-15)

L'AVENIR DE L'ÉNERGIE EST DANS LE RENOUVELABLE P.14

FINANCEMENT (P. 16-17)

LES CONTRATS À IMPACT SOCIAL : UNE NOUVELLE FORME DE PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ ? P.17

PAROLES D'ACTEURS (P. 18-19)

CLÉMENTINE CHAMBON : UNE ENTREPRENEURE DE 24 ANS DANS LE CLASSEMENT FORBES P.19

5^e Édition



© JOSEPHINE VALLÉ FRANCESCHI

ÉDITORIAL



Frédéric Roussel
Président
Convergences

Les entrepreneurs sociaux se mobilisent au quotidien pour résoudre les défis sociétaux. De la dynamisation du territoire par l'emploi et la création de lien social, à la consommation et la production durables, ils sont devenus des acteurs incontournables de la vie économique locale. En témoigne le sondage OpinionWay 2016 de ce Baromètre : les entrepreneurs sociaux sont perçus par plus d'un tiers des Français comme les acteurs les plus innovants dans la résolution des grands problèmes sociaux et environnementaux.

Sous l'angle des « villes et territoires durables », le 5^e Baromètre de l'Entrepreneuriat Social met en avant

des portraits d'entrepreneurs et des initiatives inspirantes qui agissent en faveur de territoires plus inclusifs et plus durables. Une entreprise sociale de vêtements 100% « Made in France », une plateforme collaborative pour mobiliser les citoyens, une entreprise d'insertion favorisant l'économie circulaire... sont autant de projets que vous pourrez découvrir dans cette édition.

Bien que porteurs d'espoir et de solutions locales, les entrepreneurs sociaux font face à des contraintes pesantes. Le Baromètre pointe les ressources financières limitées, le manque de reconnaissance du grand public, ou les démarches administratives trop complexes qui font

partie de leur lutte quotidienne. Dès lors, la prochaine étape, pressante, est de créer les conditions de l'innovation pour construire un écosystème favorable au développement du secteur. Certaines propositions vous sont suggérées dans le Baromètre : renforcer les outils d'accompagnement, favoriser des alliances pluri-acteurs ou encore, oser lancer des politiques publiques disruptives.

Convergences et ses partenaires sont heureux d'apporter leur pierre à l'édifice en rendant hommage à ces acteurs qui s'engagent pour des villes et territoires « Zéro exclusion, Zéro carbone, Zéro pauvreté ».

Bonne lecture !

L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL VU PAR

Pour la 5^e année consécutive, OpinionWay a mené pour Ashoka une enquête inédite sur la perception de l'entrepreneuriat social auprès des entrepreneurs sociaux et du grand public en France.

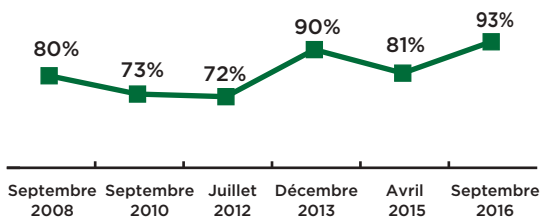
Cette enquête révèle la vision des entrepreneurs sociaux et du grand public quant à la capacité des entreprises sociales à apporter des solutions innovantes face aux grands problèmes de société. Il dresse aussi des perspectives d'évolution à plus long terme.

ENTREPRISES SOCIALES FACE AUX PROBLÈMES SOCIÉTAUX : SONT-ELLES LES MIEUX PLACÉES POUR Y RÉPONDRE ?

Les problèmes environnementaux et sociaux à résoudre en priorité ne sont pas perçus de la même façon entre les entrepreneurs sociaux et le grand public. Comme en 2015, le grand public considère que le chômage est le problème le plus urgent à résoudre (54%), devant la délinquance (32%), la pauvreté (31%) et l'éducation (23%). Les entrepreneurs, quant à eux, estiment que le changement climatique et la cohésion sociale (respectivement 44% et 43%) sont les défis majeurs à relever.

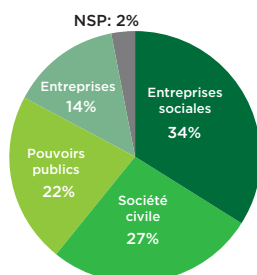
Face à ces problèmes à la fois environnementaux et sociaux, les entrepreneurs sociaux sont optimistes quant à leur capacité à les résoudre. Ils estiment même qu'ils sont les acteurs les plus efficaces pour y répondre (66%), devant la société civile (21%), les pouvoirs publics (10%) et les entreprises (3%). Il est intéressant de noter que nombreux sont les entrepreneurs sociaux qui répondent au problème du chômage au quotidien, aux vues du dynamisme du secteur en termes de recrutement.

Graphique 1 - Part des entrepreneurs sociaux qui envisagent de recruter pour l'année à venir



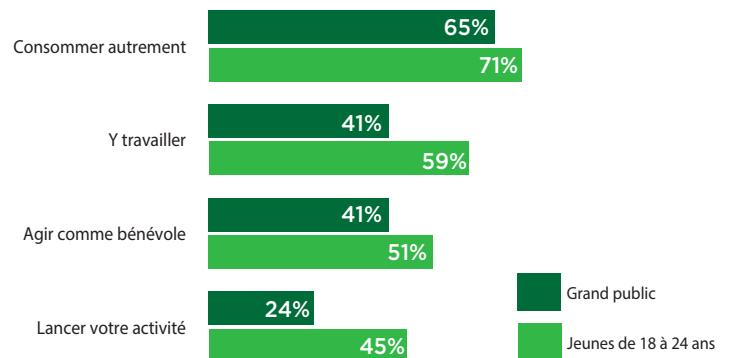
La confiance en la capacité des entrepreneurs sociaux à agir face aux problèmes sociétaux est relativement partagée par le grand public. Bien que moins tranché sur la question, le grand public positionne les entreprises sociales comme l'option la plus innovante (34%), devant la société civile (27%), les pouvoirs publics (22%) et les entreprises (14%).

Graphique 2 – Type d'acteur le plus innovant dans la résolution des problèmes environnementaux et sociaux selon le grand public



Cette capacité des entreprises sociales à agir sur des problématiques quotidiennes pourrait expliquer, entre autres, l'attractivité de l'économie sociale et solidaire (ESS) auprès du grand public, et en particulier des jeunes. Les chiffres sont marquants : 59% des jeunes entre 18 et 24 ans (et 41% de l'ensemble des interrogés) sont attirés par l'ESS pour y travailler et 45% (et 24% de l'ensemble des interrogés) pour lancer leur propre activité. Soit une progression de 12 points par rapport à l'année dernière.

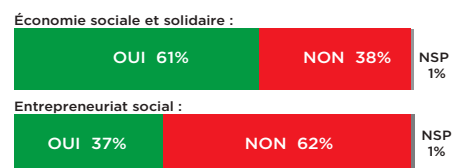
Graphique 3 - Facteurs de motivation pour le secteur de l'économie sociale et solidaire selon le grand public et les entrepreneurs sociaux



LES DÉFIS À RELEVER POUR LES ENTREPRENEURS SOCIAUX

Le secteur souffre encore d'un manque de notoriété publique. Plus d'1 Français sur 3 a entendu parler du terme « entrepreneuriat social », et près de 2 Français sur 3 du terme « économie sociale et solidaire » (ESS). Bien que cette proportion croît tous les ans depuis 2008 pour l'entrepreneuriat social, elle demeure faible, passant de 15% à 37% aujourd'hui. De plus, elle stagne à 61% pour l'ESS. Le développement du secteur pâtit de ce manque de reconnaissance ou de compréhension. L'enjeu est donc de continuer à mener un travail de sensibilisation et de communication auprès du grand public.

Graphique 4 - Notoriété des termes au sein du grand public



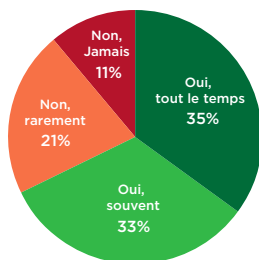
LES ENTREPRENEURS SOCIAUX ET LE GRAND PUBLIC

Les entraves au développement des entreprises sociales ne résident pas simplement dans le manque d'information du grand public. Les entrepreneurs sociaux estiment que le manque de moyens financiers est leur principal frein (43%), devant le manque de partenariats avec les entreprises (27%), et la complexité des questions administratives et juridiques (17%). A l'échelle du secteur public, le manque de soutien financier et la complexité des procédures s'expliqueraient par le manque de lisibilité des systèmes d'accompagnement des entrepreneurs sociaux plutôt que par leur carence.

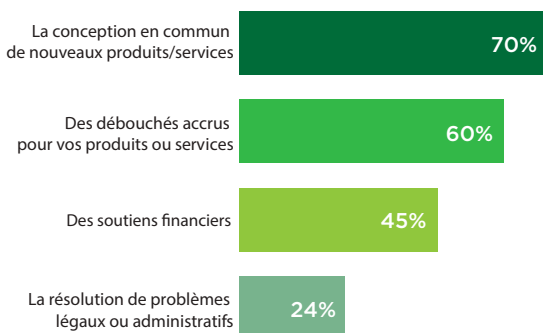
QUEL AVENIR POUR L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL ?

Pour pallier le manque de moyens financiers, les entrepreneurs sociaux sont de plus en plus nombreux à recourir aux fonds privés. Néanmoins, avant même un soutien financier (45%), les entrepreneurs sociaux cherchent à développer la co-conception de nouveaux produits ou services (70%) avec le secteur privé.

Graphique 5 - Part des entrepreneurs sociaux habitués à chercher des fonds privés

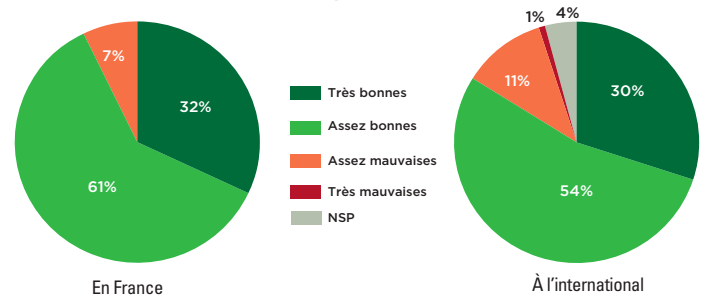


Graphique 6 - Principales attentes des entrepreneurs sociaux dans la collaboration avec les entreprises classiques et les pouvoirs publics



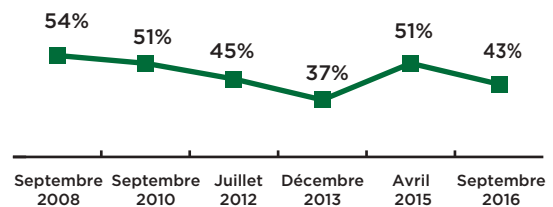
93% des entrepreneurs sociaux sont confiants quant aux perspectives de développement du secteur en France. Ces chiffres sont en constante augmentation depuis 2010, année à laquelle 68% des entrepreneurs sociaux étaient confiants en l'avenir. Les perspectives de recrutement du secteur mentionnées ci-avant sont le signe de cet optimisme et de la bonne santé économique du secteur en France.

Graphique 7 - Les perspectives de développement du secteur vues par les entrepreneurs sociaux



57% des entrepreneurs sociaux estiment disposer des outils nécessaires pour mesurer l'impact social de leur activité, un chiffre en nette augmentation par rapport à 2015. En termes de perspectives de développement du secteur, ce chiffre témoigne à la fois d'une envie et d'une capacité des entrepreneurs sociaux à se doter d'outils nécessaires pour mesurer leur impact social. Cette condition leur sera indispensable pour gagner en crédibilité, et combler le manque de reconnaissance du secteur auprès du grand public. C'est aussi un gage de confiance pour les entreprises privées, qui seront plus enclines à collaborer avec les entreprises sociales.

Graphique 8 - Part des entrepreneurs sociaux ne disposant pas des outils pour mesurer l'impact social de leur activité



NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Dans le cadre de sa politique de responsabilité sociétale, OpinionWay accompagne des organisations à forte plus-value sociale et/ou environnementale dans leur développement. OpinionWay a ainsi réalisé ce sondage pour Ashoka en pro bono auprès de deux échantillons : un échantillon de 82 entrepreneurs sociaux et un échantillon de 1011 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon des entrepreneurs sociaux a été interrogé en ligne par questionnaire auto-administré sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) et les interviews ont été réalisées du 15 septembre au 7 octobre 2016.

L'échantillon auprès du grand public a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. Cet échantillon a également été interrogé en ligne par questionnaire auto-administré sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées entre les 14 et 15 septembre 2016.

Les résultats doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : entre 4,4 et 10 points pour l'échantillon d'entrepreneurs sociaux, entre 1,5 et 3 points pour celui du grand public.

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et les règles de la norme ISO 20252.

« PUBLIC OPEN INNOVATION » : UNE DYNAMIQUE PAR ET POUR LES TERRITOIRES

Longtemps considéré comme participant d'une économie marginale —voire même d'une sympathique utopie—, l'entrepreneuriat social s'impose partout dans le monde comme une des réponses nouvelles aux défis que doivent relever les territoires, mégapoles comme petites agglomérations : lutte contre la pollution, recyclage des déchets, progrès, lutte contre les exclusions, promotion de la culture, circuits-courts, accessibilité... Autant de secteurs investis par les entreprises sociales, dont les activités sont tournées vers les besoins sociaux et environnementaux fondamentaux des citoyens.

Par exemple, l'entreprise d'insertion Ares, avec sa filiale la Petite Reine, réinvente des solutions de livraison propres pour assurer la logistique jusqu'au client final avec zéro émission de CO₂. A Bordeaux, la Conciergerie solidaire propose aux salariés des entreprises de la métropole des concierges qui leur facilitent la vie au quotidien, tandis qu'à Epinal, FMS Lorraine accompagne chaque année près de 10 000 usagers pour répondre à leurs difficultés socio-économiques. Certaines entreprises sociales se rassemblent aussi pour développer l'attractivité et la création d'emploi sur leur territoire comme FigEActeurs dans le Lot ou le Clus'Ter Jura.

Toutes les entreprises sociales sont créatrices d'emplois et de richesses durables et personnifient un entrepreneuriat local.

Par nature profondément ancrées dans leur environnement socio-économique, les entreprises sociales sont partout autour de nous. Toutes sont créatrices

d'emplois et de richesses durables et personnifient un entrepreneuriat local, au plus près de celles et ceux qui y vivent. Pour elles, projet social et projet économique vont de pair pour développer l'innovation sociale face à des besoins sociaux qui se complexifient et s'étendent sur tous les territoires.

Depuis 2000, l'emploi privé dans l'ESS a progressé de 24%, alors qu'il n'a progressé que de 4,5% dans le secteur privé hors ESS

L'économie sociale et solidaire (ESS) compte ainsi de plus en plus de startups innovantes qui créent des solutions et des emplois. Depuis 2000, l'emploi privé dans l'ESS a progressé de 24%, alors qu'il n'a progressé que de 4,5% dans le secteur privé hors ESS. Et près de 600 000 emplois sont à renouveler d'ici à 2020 en raison des départs en retraite. Mais aujourd'hui, la création de startups dans tous les domaines accentue la centralisation de la vie économique française : 20 zones d'emplois rassemblent plus de 80% des startups, avec en tête Paris, Toulouse, Lyon, Lille ou Montpellier. Comment donc encourager l'innovation sociale sur tous les territoires ? Car il y a un double enjeu : y développer de l'emploi pour une jeunesse avide d'entreprendre mais aussi y trouver des solutions nouvelles face à des défis inédits.

LA DÉMARCHE DE L'OPEN INNOVATION

Une réelle dynamique d'open innovation portée par les pouvoirs publics pourrait accompagner l'émergence et le développement

des startups sociales. La France s'engage à initié ce mouvement de rapprochement entre la société civile et les pouvoirs publics, il s'agit maintenant d'en faire un axe plus structurant dans la construction des solutions de demain partant du terrain. Elle pourrait notamment répondre à 3 enjeux forts : le sourcing et le financement de projets innovants, l'évaluation partagée de l'impact et l'évolution des cadres réglementaires pour innover.

L'Etat et les collectivités locales doivent s'impliquer à tous les échelons, en développant des catalyseurs de startups dans les territoires et en créant un fond « public open innovation »

Pour cela, l'Etat et les collectivités locales doivent s'impliquer à tous les échelons. D'abord au niveau local, en développant des catalyseurs de startups dans les territoires hors des grandes métropoles. L'objectif étant d'identifier les projets innovants, d'encourager la création et la reprise d'activité ainsi que de favoriser la coopération entre acteurs pour innover. Ensuite au niveau national, en créant un fond « public open innovation », rattaché au Premier Ministre. Le fonds viserait à accompagner l'éclosion de solutions à fort potentiel de réplique qui ont besoin d'un accompagnement financier, juridique et d'une évaluation solide. Un tel rapprochement avec les ministères concernés permettrait d'inspirer les politiques publiques de demain. Enfin, au niveau politique, en permettant de faire connaître et reconnaître l'impact social mais aussi financier de ces innovations

sociales auprès des élus, en parlant le langage de la preuve.

C'est par le développement d'une alliance concrète entre pouvoirs publics et entrepreneurs sociaux, entre efficacité et intérêt général, que nous pourrions réellement faire bouger les lignes

C'est ainsi, par le développement d'une alliance concrète entre pouvoirs publics et entrepreneurs sociaux, entre efficacité et intérêt général, que nous pourrions réellement faire bouger les lignes, proposer une autre vision de la société et répondre aux défis du monde d'aujourd'hui. C'est ainsi que nous pourrions réellement encourager des dynamiques entrepreneuriales partout en France et notamment là où il y en a le plus besoin. C'est ainsi que nous trouverons une manière de faire ensemble, d'innover et d'agir : chacun a sa place pour redonner corps à nos valeurs républicaines et porter un message d'optimisme et de confiance en l'avenir aux jeunes générations.

*Christophe Itier
Président
Mouves &
Directeur général
La Sauvegarde du Nord*



LORSQUE SOCIAL RIME AVEC CROISSANCE ÉCONOMIQUE : L'EXEMPLE DE JURATRI

En France en 2013, 127 000 emplois étaient liés aux activités de gestion des déchets ou de dépollution, soit 4 900 de plus qu'en 2012¹. Un secteur en pleine croissance et pourvoyeur d'emplois non délocalisables qui est vite devenu un champ privilégié pour l'insertion par l'économie. C'est ainsi qu'est né Juratri en 1993. Pionnière en matière de recyclage, première entreprise de tri d'emballages ménagers en milieu rural, la SCOP innove aussi par la création d'un partenariat inédit entre un acteur associatif et 3 industriels du déchet qui dynamise le territoire par l'activité économique et l'emploi.

LE RECYCLAGE POUR REVITALISER LE TERRITOIRE

L'activité de Juratri se concentre autour des filières du recyclage,

notamment via la valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). Aujourd'hui, la SCOP enregistre 7 millions d'euros de chiffre d'affaires et recycle 35 000 tonnes de déchets évitant l'enfouissement. Grâce au développement d'une filière industrielle d'avenir, Juratri a réussi à réinsuffler dans le Jura, une région particulièrement touchée par la désindustrialisation, une croissance économique favorable à l'emploi.

En effet, Juratri emploie aujourd'hui 120 salariés dont 55 en insertion professionnelle, qu'elle accompagne et forme afin de les aider à retrouver une dynamique durable vers l'emploi. Par ailleurs, Juratri ambitionne de créer plus de 20 emplois dans les 2 années à venir, à travers de nouveaux investissements.

LE CLUST'ER JURA, UN PROJET COLLECTIF EN FAVEUR DE L'EMPLOI

Les actions de Juratri en faveur de l'emploi ont changé d'échelle avec la création, en 2014, du Pôle Territorial de Coopération Economique (PTCE), Clus'Ter Jura. L'objectif du projet est de mettre la coopération au service du développement de l'emploi durable. Le Clus'Ter accompagne l'émergence de projets servant la dynamique du territoire. Plus de 500 personnes ont ainsi déjà été mobilisées autour d'une vingtaine de projets.

Ses domaines d'exploration incluent l'économie circulaire, la rénovation énergétique ou encore la mobilité inclusive. Par exemple, le Clus'Ter Jura a initié et accompagne au-

jourd'hui « J'aime mes bouteilles », un projet de consigne de bouteille en verre qui mobilise plus de 50 partenaires, dont des industriels et des vignerons. Le projet permettra de créer une dizaine d'emplois chez ses partenaires dans les prochains mois.

Juratri est un exemple qui prouve que social rime avec croissance économique. Il montre également comment le mariage innovation-coopération entre acteurs locaux est un vrai levier en faveur de l'emploi et la dynamisation territoriale.

1. ADEME

Élodie Quatresous
Responsable de la communication
Le Mouves

LE PÔLE TERRITORIAL DE COOPÉRATION ÉCONOMIQUE, MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT SOLIDAIRE

Né à Figeac en 2015, le Pôle Territorial de Coopération Économique (PTCE) « FigEActeurs, la Fabrique » répond à la volonté d'acteurs du bassin figeacois (entreprises, associations, citoyens, élus...) de trouver ensemble des solutions pour rendre attractif et dynamiser de manière durable leur territoire. Laboratoire de développement local, le PTCE a pour objectif de créer de nouvelles valeurs ajoutées économiques, sociales et solidaires, qui profitent à l'ensemble des acteurs du territoire. Entreprises, associations, collectivités, acteurs de l'économie sociale et solidaire mêlent ainsi leurs propres dynamiques au service d'un projet commun d'attractivité territoriale.

DÉVELOPPER ENSEMBLE DES PROJETS QUE NOUS NE POURRIONS MENER SEULS

Plusieurs projets de mutualisation ont déjà émergé, dont la Crèche inter-entreprises à Figeac qui a accueilli ses

20 premiers berceaux en août 2016. Ce projet, porté par 4 entreprises locales, a créé 8 emplois tout en répondant à la problématique de l'accueil des jeunes enfants dans un territoire rural, condition nécessaire à son attractivité. Le PTCE a également soutenu des campagnes de financement participatif qui ont permis, entre autres, la reprise d'une exploitation agricole de transformation de fromages par la Fromagerie du Val Riant, et l'installation de chauffage au bois dans de nouveaux locaux de la Recyclerie REGAIN.

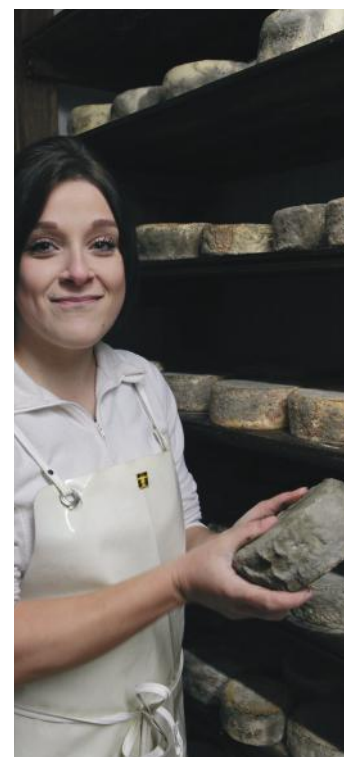
C'EST ENSEMBLE QUE NOUS RÉINVENTERONS NOS TERRITOIRES

D'autres thématiques viennent alimenter les travaux du PTCE, telles que la mobilité, la conciergerie solidaire et les circuits courts. 4 projets phares sont portés par les membres : Fig'Actif, un club d'entreprises qui répond à la problématique de l'accueil des nouveaux arrivants et de leurs conjoints sur le territoire ; De la terre à l'assiette, un circuit

alimentaire de proximité pour recréer du lien entre tous les acteurs de l'alimentation ; un tiers-lieu, un espace de co-working tourné vers les nouvelles technologies, l'enrichissement culturel et le partage d'expérience ; ou encore Toit & Moi, une centrale de production photovoltaïque sur les toits des entreprises locales financée par des habitants de Figeac via le financement participatif. Notre volonté : que tous ces projets amorcés à l'été 2016 émergent dès demain. Tout ceci sera possible grâce à une vision sociale, solidaire et transversale de notre territoire.

Nouveaux modèles de développement durable, les PTCE comme FigEActeurs, la Fabrique, démontrent que la mutualisation des outils, des savoir-faire et des expériences, peut créer des opportunités économiques propices à un développement solidaire du territoire.

Dominique Olivier
Président
PTCE FigEActeurs



Amélie Vermande, productrice de fromages à Sabadel Latronquière (46)

L'INNOVATION SOCIALE VEUT SA FRENCH TECH

Les entrepreneurs sociaux formeraient une espèce entrepreneuriale à part... La crise a généré des milliers de chômeurs supplémentaires ? Les entrepreneurs sociaux ont, depuis 2008, créé en France plus d'emplois qu'ils n'en ont perdus. Les élections américaines ont ouvert brutalement le débat sur la démondialisation ? Les entrepreneurs sociaux continuent de développer un emploi local, non délocalisable, et connecté aux besoins de terrain. La France peine à décentraliser son arsenal d'innovation en dehors des grandes métropoles et des pôles de compétitivité ? Les entrepreneurs sociaux épanouissent leurs solutions sur les territoires les plus complexes (zones rurales, quartiers difficiles...), appréhendant les problématiques sociales avant tout comme des opportunités de création d'activité économique porteuse de valeur pour la société.

Les entrepreneurs sociaux portent des modèles qui permettent bien souvent de faire « mieux avec moins »

Parce qu'ils portent des modèles qui permettent bien souvent de faire « mieux avec moins », parce que leur agilité leur permet de développer des solutions parfaitement calibrées à la spécificité des enjeux locaux, les entrepreneurs sociaux sont incontestablement des acteurs majeurs du développement économique et de l'inclusion sociale sur nos territoires.

Robustes, innovants, visionnaires, tout terrain ? Ce portrait déraisonnablement flatteur omet l'idée que les entrepreneurs sociaux n'ont rien d'autosuffisants. Ce

potentiel territorial menace en effet de s'effriter, tandis que, face à la contraction des financements publics, l'économie sociale et solidaire (ESS) voit déferler un mouvement de concentration vers de très grands opérateurs, qui menace le social de proximité. Pour endiguer ce relatif repli sur soi, réengager une stratégie de conquête, et poser les fondements du maintien de services essentiels aux populations partout en France, il faut créer les conditions de l'innovation sociale en tous lieux, et encourager les alliances exogènes. Encore faut-il que les parties prenantes non traditionnelles de l'intérêt général y trouvent leur compte. A ce titre le meilleur des prescripteurs est certainement à chercher du côté de la puissance publique, or...

Les Stratégies Régionales d'Innovation (SRI) ont certes consacré l'innovation comme moteur du développement des territoires, mais sa composante sociale peine encore à trouver une place claire dans les politiques publiques. Malgré la loi ESS de 2014, ce qui est regroupé sous la sémantique d'« innovation sociale » demeure un terrain mal défini, peu structuré, que les acteurs publics et économiques peinent à appréhender. Persistent des définitions trop segmentées, une absence de relais identifiés, un méandre généralisé de financements plus ou moins dédiés, et surtout l'absence de stratégies claires et intégrées, à l'échelle des territoires, pour développer des écosystèmes publics/privés de soutien à l'innovation sociale sous tous ses aspects, quel que soit le statut des acteurs qui la portent.

POUR UNE FRENCH TECH DE L'INNOVATION SOCIALE

En 2013, une autre espèce d'innovateurs, qui faisait face à des difficultés de structuration comparables, a su inspirer une initiative

gouvernementale dont on peut aujourd'hui mesurer l'impact. Avec l'ambition de fédérer, d'accélérer et de faire rayonner le secteur, le gouvernement a porté l'initiative « French Tech » : une marque collective et ouverte qui labellise et rassemble sous un même drapeau les initiatives digitales, et les écosystèmes territoriaux les plus favorables à leur développement. Associés à ce label : des fonds pour soutenir la croissance de ces start-ups innovantes et une stratégie de rayonnement international. En quelques années, la French Tech s'est imposée sur le devant de la scène entrepreneuriale française et s'exporte déjà à l'international, via une vingtaine de hubs dans les plus grandes métropoles mondiales.

Une French Tech de l'innovation sociale permettrait de fédérer les territoires pionniers, et d'encourager d'autres à leur emboîter le pas

Comme leurs cousins du numérique, les entrepreneurs sociaux peinent à entrer dans les cases d'une économie qui mue trop lentement pour être capable d'assimiler à temps leurs modèles disruptifs. Une « French Tech de l'innovation sociale » permettrait de repérer et de fédérer les territoires pionniers, et d'encourager d'autres à leur emboîter le pas. Un territoire mature comme la Métropole de Lyon, par exemple, qui vient de participer à la création d'un pôle d'excellence français en matière d'innovation sociale (Le CentSept), pourrait ouvrir la voie. Un écosystème propice s'y développe, avec une diversité incroyable de projets qui apportent des solutions nouvelles aux besoins des populations.

Il y a aussi la naissance de formations dédiées au sein d'écoles comme l'ESCD 3A, la prolifération d'acteurs pionniers de l'accompagnement (Ronalpha, Alter'Incub), l'engagement de grandes entreprises qui ont compris l'urgence de territorialiser leurs politiques RSE, et la volonté affichée de la Métropole de Lyon de faire de l'innovation sociale un des piliers de sa politique de développement économique à l'horizon 2021.

Alors que la Présidence de la République soutient depuis 2014 la réplication des solutions portées par les entrepreneurs sociaux avec l'initiative La France s'engage, une initiative de labellisation et de soutien plus large offrirait à l'ensemble de nos territoires les outils pour adopter collectivement une nouvelle approche du progrès sociétal, basée sur des modèles durables, performants et co-construits. Elle ferait enfin de la France une nation pionnière en Europe et dans le monde, à la hauteur de l'urgence des défis sociaux et environnementaux.

Romain Dichampt
Directeur du développement
Ashoka France



LES COOPÉRATIVES POUR SE DÉVELOPPER ET ESSAIMER À L'INTERNATIONAL

Deux composantes font partie de l'ADN d'ETHIQUABLE, une société coopérative et participative (SCOP) française : le commerce équitable et l'esprit coopératif. D'une part, elle défend un échange plus juste et plus transparent avec des coopératives de petits producteurs. D'autre part, l'esprit coopératif lui permet de diffuser ses produits dans plusieurs pays d'Europe.

LA COOPÉRATION EUROPÉENNE : CLÉ DU DÉVELOPPEMENT

Créée en 2003 à Fleurance dans le Gers, ETHIQUABLE a su se développer en travaillant avec différentes

coopératives européennes et en créant de nouvelles structures. En 2009 et 2010, ETHIQUABLE a créé des SCOP en Belgique et en Allemagne. Depuis 2007, ETHIQUABLE s'est associée avec plusieurs coopératives, dont la SCOP Café Michel pour diffuser ses produits équitables dans des magasins d'alimentation biologique et IDEAS, une coopérative espagnole historique du commerce équitable. Une telle coopération européenne permet ainsi à ETHIQUABLE de diffuser plus de 12 millions de produits chaque année dans 6 pays, avec un impact significatif pour 35 000 familles de petits producteurs de pays en développement.

UN COMMERCE ÉQUITABLE AUSSI « NORD-NORD »

ETHIQUABLE cherche aussi à développer le principe du commerce équitable avec des petits producteurs européens. Après 10 années de travail en appui de producteurs des pays en développement, ETHIQUABLE a créé la charte « Paysans d'Ici » qui établit les règles d'un commerce équitable pour des producteurs français, en agriculture traditionnelle, familiale et biologique.

En s'inspirant de la démarche « Paysans d'Ici », la loi Economie sociale et solidaire de juillet 2014 a officialisé le commerce équitable « Nord-Nord ».

Le développement coopératif autour du commerce équitable permet maintenant à des coopératives de paysans français d'avoir eux aussi accès à des marchés plus rémunérateurs.

C'est dans cet écosystème favorable qu'ETHIQUABLE noue des relations à long terme avec des coopératives aussi bien dans les pays en développement qu'en Europe. Le but : que les coopératives s'agrandissent, fassent adhérer plus de producteurs et que d'autres organisations paysannes rejoignent le mouvement.

Rémi Roux
Co-fondateur
SCOP ETHIQUABLE

L'ESSAIMAGE EN RÉGION : DU MADE IN MONTREUIL AU « MAKE IN FRANCE »



© JULIEN DOMINGUEZ

Cours d'initiation au soudage à l'Arc dans l'atelier Métal d'ICI Montreuil

60 % des Français considèrent les biens « Made in France » comme étant de meilleure qualité, selon une étude de l'INSEE¹. Par ailleurs, l'artisanat emploie plus de 3 millions d'actifs en France représentant plus de 510 savoir-faire différents². Il y a là un potentiel de

développement économique de nos territoires largement sous-exploité.

Depuis 2012, ICI Montreuil est un « MakerSpace », un espace collaboratif et solidaire qui aide les entrepreneurs du « faire » (artisans, artistes, designers, architectes, décorateurs et entrepreneurs) à apprendre, lancer et développer leur activité. En échange d'un abonnement, les résidents ont accès à un espace de 1 800 m² comprenant des ateliers partagés, un parc de machines numériques et professionnelles mutualisées, des open spaces, des salles de réunions et un showroom. Ils bénéficient d'un accès à des formations, d'un accompagnement et font partie d'une communauté de faiseurs cumulant 63 savoir-faire.

Cette diversité de savoir-faire artisanaux, artistiques et technologiques est mise en avant dans le cadre de projets de production pour lesquels ICI Montreuil coordonne et rémunère des équipes de

résidents. Stands, aménagements de bureaux, prototypes... ces collaborations, effectuées pour une vingtaine de grandes entreprises et d'institutions (Eciom, Bouygues, SNCF, Polytechnique, Ministère du Numérique, etc.) révèlent combien la production Made in France est génératrice de richesses.

A ce jour, ICI Montreuil coordonne une dizaine de projets de production par an, héberge 165 résidents et 350 utilisateurs, ce qui rend cet écosystème viable économiquement. Il a pour vocation de s'étendre et de fédérer plus de savoir-faire. Plutôt que de les concentrer en Île-de-France, ICI Montreuil cherche à essaimer d'autres MakerSpaces partout en France, dans les villes où la demande existe. Complémentaires les uns des autres, ces MakerSpaces hébergeront des ateliers et des centres d'expertises liés aux savoir-faire locaux. Tout en étant soutenus et coordonnés par les fondateurs d'ICI Montreuil, ils se-

ront gérés par des équipes implantées localement qui connaissent leur territoire et ses richesses.

À terme, l'objectif est de construire une communauté nationale de « makers » ambassadeurs du Made in France réunie autour d'une fédération d'entrepreneurs et d'ateliers solidaires et collaboratifs. Prônant un « business humain » dans lequel les savoir-faire et ceux qui les portent sont plus importants que les machines, ces MakerSpaces aideront à réimplanter la production dans les villes, à relancer le Made in local, à pousser les habitants à produire, à acheter local, et enfin à « faire » plutôt que « faire faire ».

1. Étude de l'INSEE citée dans « Le Made in France en chiffres », [salonmadeinfrance.com](http://www.salonmadeinfrance.com), 30 mars 2016.
<http://www.salonmadeinfrance.com/salon/le-made-in-france-en-chiffres/>
2. « L'artisanat en France », Portail de l'artisanat.
<http://www.artisanat.fr/Espaceartisanat/Lartisanat-en-France/tabid/66/Default.aspx>

Nicolas Bard
Co-fondateur
ICI Montreuil

UN ENTREPRENEURIAT MOTEUR DE LA MOBILISATION CITOYENNE

Mobiliser les citoyens, créer du lien, agir pour un projet social, tels sont les objectifs communs d'Indigo et Fullmobs. Regards croisés d'une association et d'une entreprise sociale agissant pour favoriser l'action citoyenne.

RACONTEZ-NOUS L'HISTOIRE DE VOS PROJETS

Stéphane de Freitas (SdF) : Je suis artiste et mon univers s'intéresse au rapprochement des opposés : Indigo, c'est d'abord l'histoire d'un concept artistique qui résulte du mélange harmonieux entre le bleu et le rouge, couleurs symboliques que l'on a souvent opposées dans notre imaginaire. Cette philosophie m'a poussé à réfléchir à ce besoin de réunir les opposés, dans la vie de tous les jours. J'ai ainsi créé en 2012 La Coopérative Indigo, une association à but non lucratif dont toutes les actions menées ont pour objectif de retisser du lien social et d'améliorer le « vivre-ensemble ». On réfléchit ensemble, on prend la parole, on s'entraide.

La première action concerne le temps de la réflexion, « Les Arènes », la seconde est liée à la prise de parole citoyenne, le programme « Eloquentia » et enfin, la troisième, un nouveau système d'entraide « Indigo ». Indigo est un réseau social qui aspire à révolutionner l'accès aux biens et aux services grâce à la création d'un crédit virtuel régulé par un coefficient valorisant la générosité des utilisateurs : plus tu donnes, plus tu reçois. La plateforme permet également aux associations de recruter des bénévoles pour leurs actions.

Roxane Julien (RJ) : Mon déclic je l'ai eu lorsqu'à force de dire que je ne voulais pas travailler dans une banque, on m'a proposé de bosser dans une banque pour les pauvres. Ce fut une révélation et

cette envie d'engagement s'est concrétisée lors de ma rencontre avec Séverine Pelleray en 2013, avec qui j'ai fondé Fullmobs.

Le projet est né de l'idée que beaucoup de gens ne s'engagent pas faute de format adéquat. Des millions d'heures civiques sont ainsi perdues alors qu'elles pourraient servir au développement de nombreux projets citoyens. Après avoir regardé de près le crowdfunding, nous y avons vu, non pas simplement un outil de collecte de fonds, mais aussi un outil de mobilisation applicable à une autre ressource : le temps. Nous avons choisi de développer une plateforme collaborative de crowdtiming qui offre à chacun un outil pour fédérer un maximum de personnes sur une courte durée.

POURQUOI AVOIR CHOISI CET TYPE DE STRUCTURE POUR STIMULER LA MOBILISATION CITOYENNE ?

SdF : En fondant l'association, je cherchais à revenir à des valeurs humaines telles que la communication, la solidarité et le partage. Retrouver une cohésion entre une diversité d'individus qui, par-delà leurs différences sociales et culturelles, cultivent une vision commune des valeurs citoyennes. Avec Indigo, j'avais cette volonté de créer un système juste, de participer à la création d'un nouveau paradigme économique qui améliorerait nos quotidiens.

RJ : Faire le choix de l'entrepreneuriat social correspondait à notre envie de montrer que l'entrepreneuriat et le social ne sont pas des ennemis mais ont énormément à s'apporter. Nous étions par ailleurs convaincues que cadrer le projet sous la forme d'une plateforme collaborative nous permettrait de toucher le plus grand nombre, de stimuler la mobilisation citoyenne à une plus grande échelle.

QUEL EST L'IMPACT D'INDIGO ET DE FULLMOBS SUR LE TERRITOIRE ?

SdF : Le succès de la campagne de crowdfunding en juillet 2015 a fait d'Indigo le réseau social le plus financé à ce jour en France. Une solide communauté nationale mais aussi internationale a ainsi commencé à se créer et aujourd'hui, nous recensons environ 20 000 inscrits, qui seront de potentiels futurs utilisateurs de la plateforme (France et international). Nous sommes également soutenus par une centaine de bénévoles qui au quotidien, contribuent à l'expansion du projet. Le défi d'Indigo est de lever une vague d'entraide internationale, nous invitons tous ceux qui le souhaitent à prendre part à l'aventure.

RJ : Fullmobs est un outil à disposition de tous pour mobiliser ses proches. Souvent, les associations s'inscrivent sur des plateformes de mise en relation et attendent que des gens veuillent bien les soutenir. Ici, nous leur permettons d'aller chercher leur public.

Bien qu'accessible partout en France, la plateforme est plutôt utilisée dans les grandes villes. Nous espérons bientôt nous déployer davantage dans les zones rurales, les petites villes ou les zones péri-urbaines où nous pensons que notre outil aura un impact tout aussi important.

LE CHEMIN N'A PAS DÛ ÊTRE FACILE... QUELS ONT ÉTÉ ET SONT LES PRINCIPAUX DÉFIS DE VOS PROJETS ?

SdF : Le plus grand challenge est de créer et lancer un outil numérique à visée mondiale, en association. Le développement du projet repose sur les subventions et dons de bienfaiteurs, ce qui peut fragiliser à certains moments le projet. C'est pour cela qu'il appartient à tout à chacun d'aider à

construire avec nous ce nouveau paradigme.

RJ : Asseoir la vision, la culture du gratuit dans l'économie sociale et solidaire, le retard des associations sur le digital et les innovations, la définition du modèle économique, le développement technologique de la plateforme... autant de défis que tout entrepreneur qui se lance dans ce domaine doit relever !

ET MAINTENANT, QUELLE EST LA SUITE POUR INDIGO ET FULLMOBS ?

SdF : Notre objectif est de faire d'Indigo un grand réseau social d'entraide. Actuellement en phase de test, Indigo se lancera début 2017 en France, en Grèce, en Côte d'Ivoire et au Portugal, avant d'être disponible à travers le monde.

RJ : Notre principal enjeu aujourd'hui est d'assurer le développement de Fullmobs en région. Nous cherchons un partenaire fort avec qui s'associer pour multiplier l'impact.

POUR FINIR, QUELLE SERAIT VOTRE DEVISE EN TANT QU'ENTREPRENEURS ?

SdF : On est ensemble. Plus que jamais.

RJ : « Le chemin est aussi important que la fin ».

*Stéphane de Freitas
Fondateur et président
Indigo*

*Roxane Julien
Co-fondatrice
Fullmobs*

Propos recueillis par Convergences

LE CIVIC CROWDFUNDING UNE INNOVATION URBAINE ET CITOYENNE

L'année 2016 a été marquée par la mise en place d'un nouvel agenda urbain lors d'Habitat III, 3^e Conférence des Nations Unies sur le logement et le développement urbain durable. A l'heure où 54,5% de la population mondiale vit dans un environnement urbain, il est temps d'inventer de nouvelles solutions pour co-construire la ville de demain. Financer des biens communs et renforcer le lien social à l'échelle des villes et des quartiers sont autant de défis à relever pour le civic crowdfunding (ou financement participatif citoyen).

UN LEVIER D'EMPOWERMENT

Du citoyen-consommateur au citoyen-acteur de sa ville, le civic crowdfunding permet à chacun de proposer ou de soutenir financièrement des projets de quartier à but non lucratif. Cette pratique a émergé dans les pays anglo-saxons entre 2009 et 2011 avec l'apparition de plateformes spécialisées dans ce domaine, qui ont permis le financement de parcs urbains

sur des territoires abandonnés, d'événements sportifs et culturels ou d'actions de solidarité en faveur des plus démunis. Le plus souvent, ce sont des entrepreneurs sociaux, des associations ou des collectifs d'habitants qui s'organisent et lancent des campagnes de financement participatif pour répondre à des besoins locaux.

Le phénomène n'est pas nouveau mais le potentiel du numérique et du crowdfunding permet de créer le buzz, de toucher des médias et de sensibiliser l'opinion publique. Le civic crowdfunding n'est donc pas uniquement un outil financier, c'est avant tout un outil de communica-

tion puissant, capable de fédérer une communauté autour d'un projet.

UN OUTIL NUMÉRIQUE AU SERVICE DES TERRITOIRES

La spécificité du civic crowdfunding réside dans la création de synergies entre acteurs territoriaux. Face à ce constat, le mouvement de financement participatif citoyen Co-city facilite la transition « online-offline » et les interactions réelles entre habitants et porteurs de projets. Pour ce faire, des rencontres et des événements sont organisés tous les mois ; les utilisateurs de la plateforme peuvent également contribuer humainement à la réa-

lisation des initiatives citoyennes. Lors de la campagne de financement sur Co-city du premier réseau d'accueil de personnes réfugiées par des particuliers (le projet CALM porté par l'association SINGA), les utilisateurs étaient ainsi invités à faire un don ou à proposer une solution d'hébergement.

Enfin, le civic crowdfunding n'est pas une solution de substitution à l'action publique mais bien son complément. Plusieurs plateformes pionnières à l'étranger telles que Spacehive et Patronicity ont amorcé des partenariats de co-financement avec des collectivités territoriales pour augmenter leur impact social. Co-city s'inscrit également dans cette dynamique de co-construction vers des villes plus durables et inclusives, notamment via son récent partenariat avec le Budget Participatif de la Ville de Paris dans les quartiers populaires.

*Guillaume Desmoulin
Fondateur
Co-city*



Soirée « Déclenche ton projet citoyen » co-organisée par Youth We Can! et Co-city. Juin 2016

DU DÉFI À L'ACTION POUR LA VILLE : LE PARTENARIAT ENTRE KOOM ET CLICHY

« Penser global, agir local », une manière de faire qui peut être appliquée par les villes pour résoudre des problèmes sociaux et environnementaux. Si les villes peuvent agir sur le développement des transports publics ou la promotion de la consommation locale, elles ont besoin des habitants et des entreprises pour relever efficacement ces défis.

L'ancien Maire-adjoint de Paris au Plan Climat m'a dit un jour : « nous avons un Plan Climat ambitieux d'ici 2020, et l'action de la ville ne représente que 30%

des objectifs. Il est donc nécessaire de mobiliser nos habitants et entreprises dans cette dynamique ! ». Oui... mais comment ? C'est ce à quoi travaille l'équipe de Koom.org, plateforme web qui permet de faire agir ensemble ces acteurs et de valoriser leurs actions. Par un concept original de « défis », les habitants peuvent entraîner l'action volontaire et réciproque d'une entreprise ou d'un acteur public. C'est ce que nous appelons le « crowddacting ».

Ainsi la Ville de Clichy a récemment lancé un défi à ses habitants : « Si

200 habitants s'engagent à se déplacer à vélo quand c'est possible, alors la Mairie de Clichy donne 5 000 euros à l'association locale Solicycle qui sensibilisera 500 enfants à la réparation de vélo ». Ce défi a été un succès, et peut être mis en place dans toute ville qui le souhaite. Ce concept de crowddacting permet un changement d'échelle simple et rapide. Toute ville et toute entreprise peut ainsi mobiliser ponctuellement les habitants de son territoire sur les enjeux de mobilité, de consommation responsable, de recyclage, d'énergie... La Ville de Clichy, en lançant un défi

à ses habitants, a pu à la fois communiquer sur une action concrète qu'elle réalise (subvention d'un projet local) et mobiliser ses habitants sur un objectif de politique publique. C'est ce type de dynamique gagnant-gagnant qu'il faut approfondir pour être en mesure de relever efficacement les défis gigantesques, mais ô combien stimulants, auxquels nous faisons face.

Yes we Koom !

*Jérôme Lhôte
Co-fondateur et président
Koom*

LA PERMACULTURE : UNE APPROCHE INNOVANTE POUR NOS TERRITOIRES

Appuyée par un comité scientifique composé d'experts agronomes et d'acteurs des filières, l'association Fermes d'Avenir a publié en octobre 2016 un plaidoyer de 150 pages. Il apparaît que, pour les territoires ruraux comme pour les territoires urbains, accélérer la transition agricole est à la fois une nécessité et une opportunité.

UN MODÈLE AGRICOLE À REPENSER

Nombreuses sont les preuves qui appuient l'idée que notre modèle agricole conventionnel est à bout de souffle : très subventionné et ayant des impacts négatifs majeurs sur « le capital naturel » et la santé, notre modèle actuel repose sur des agriculteurs souvent épuisés et pour beaucoup proches de la retraite. Il devient donc urgent de penser et de réaliser une vraie « relance par l'agriculture ». A titre d'exemple en France, un tiers des exploitations maraîchères a disparu en 10 ans, et 40% des agriculteurs partiront à la retraite d'ici 2020. La dette moyenne d'une exploitation est de l'ordre de 150 000 euros. Les coûts liés aux pollutions agricoles, portant sur la santé sont de l'ordre de 7 à 30 milliards d'euros par an.

UNE MOBILISATION COMMUNE

La demande de modèles agricoles plus durables est aujourd'hui synchrone et fortement croissante. Les acteurs sont toujours plus nombreux à souhaiter assurer un droit au mieux manger pour tous avec des produits sains, frais, goûteux, biologiques... Certaines collectivités locales cherchent notamment à développer un approvisionnement en produits biologiques et locaux dans la restauration collective. Fermes d'Avenir a été créée en 2013 pour s'attaquer aux défis agricoles actuels en démontrant qu'il est possible de créer une petite ferme maraîchère inspirée par la permaculture « à partir de rien » quand on est un NIMA (Non Issu du Monde Agricole). L'association cherche à développer et apporter des connais-

sances en permaculture, créer un réseau de plusieurs centaines de Fermes d'Avenir et animer un réseau social pour faciliter le partage et l'essaimage. Elle travaille notamment autour d'un concept baptisé « payculteur » : des catalyseurs de projets, entrepreneurs de territoires qui permettront de développer efficacement des « grappes de micro-fermes » en assurant un accompagnement dans la durée, favorisant ainsi le développement économique rural et l'essor des circuits courts.

POUR UN IMPACT PLUS GLOBAL

L'expérience terrain des fermes du réseau montre désormais que la permaculture, inspirée du fonctionnement des écosystèmes naturels, est une approche réellement innovante et savante. Non chimique, résiliente et très productive sur des petites surfaces (3 à 5 fois plus productive à l'hectare pour le maraîchage), la permaculture gagnerait à être déployée partout en France. De jeunes actifs sont aujourd'hui prêts à relever le défi, comme le couple que forment Edouard Stalin et Linda Bedouet, installés en maraîchage en Normandie où ils cultivent 100 espèces de fruits et légumes sur 2 hectares. Une micro-ferme modèle avec de grandes ambitions.

En 2015, Fermes d'Avenir a rejoint le Groupe SOS avec la conviction que l'entreprise sociale est un bon terreau

Le maintien et le développement de l'emploi rural tout comme l'approvisionnement des habitants en produits de terroir passe par des pratiques nouvelles, un ancrage territorial renforcé, et une forte dose d'innovation sociale et organisationnelle

pour l'essor de ces nouveaux acteurs agricoles. En choisissant de mettre l'efficacité économique au service de l'intérêt général, en l'occurrence via la préservation des ressources communes pour demain et l'offre d'une alimentation saine au plus grand nombre, Fermes d'Avenir met la notion d'activité à impact social et environnemental positif au cœur de ses intentions.

D'autres acteurs de l'économie sociale et solidaire, tels que la coopérative agricole et de territoire Fermes de Figeac, sont également des modèles très inspirants. Ils démontrent au quotidien que le maintien et le développement de l'emploi rural tout comme l'approvisionnement des habitants en bons produits de terroir passent par des pratiques

nouvelles, un ancrage territorial renforcé, et une forte dose d'innovation sociale et organisationnelle, plus que technologique ou industrielle.

A l'échelle du pays, Fermes d'Avenir a évalué le potentiel de création de fermes à 25 000, avec une création associée de 160 000 emplois agricoles et 100 000 emplois indirects. Les bénéficiaires seraient au moins 600 millions d'euros de dépenses de santé évitées par an, 1 milliard d'euros de création de valeur économique annuelle sur le territoire du seul fait de l'activité agricole, 80 000 hectares exempts de pollution agricole soit 20 à 80 millions d'euros par an de dépenses évitées pour les collectivités, des lieux de lien social intergénérationnel et de pédagogie active sur une alimentation saine et savoureuse.

Fermes d'Avenir a donc l'espoir de contribuer à la fois au renouveau de l'agriculture en zone rurale et périurbaine, mais aussi à une redynamisation en profondeur des territoires.

*Maxime de Rostolan
Fondateur
Fermes d'Avenir*

*Hélène Le Teno
Co-dirigeante, en charge du plaidoyer des
Fermes d'Avenir
Auxilia Conseil*



REGARDS CROISÉS : COMMENT RÉDUIRE LE GASPILLAGE GRÂCE À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE ?

Quand on aborde la question du gaspillage alimentaire en France, 2 réalités s'opposent aujourd'hui. Alors que 10 millions de tonnes de nourriture sont gaspillées tous les ans, représentant un coût de 16 milliards d'euros, près de 6 millions de Français ne se nourrissent pas correctement, aussi bien en quantité qu'en qualité.

C'est sur la base de ce double constat qu'est née l'entreprise sociale PHENIX en mars 2014. Sa vocation est de réduire le gaspillage en donnant une deuxième vie aux invendus de la grande distribution, notamment via un vaste réseau de partenaires associatifs.

De son côté, l'enseigne E.Leclerc s'organise dans la lutte anti-gaspillage depuis quelques années déjà. Plusieurs de ses magasins ont en effet initié des programmes de dons de leurs excédents, signant entre autres une convention-cadre avec les Banques Alimentaires. C'est d'ailleurs avec les Banques Alimentaires que E.Leclerc et d'autres organisations ont créé « Bon et Bien », la désormais célèbre marque de soupes #antigaspi ayant reçu le Prix Convergences Spécial Europe en 2014.

Comment les chemins de ces 2 entreprises se sont-ils croisés ? E.Leclerc a récemment décidé de passer à la vitesse supérieure dans la lutte anti-gaspillage en s'adjoignant les services de PHENIX. L'entreprise sociale épaula le groupe dans le coaching des équipes en magasin, la coordination logistique des collectes, le suivi administratif des dons via une plateforme numérique et la diversification de son réseau associatif de redistribution.

L'EXEMPLE DU CENTRE E.LECLERC DE RUEIL-MALMAISON

Les objectifs communs du partenariat E.Leclerc-PHENIX sont de

Le gaspillage en France et dans le monde

Alimentaire

10 millions de tonnes de déchets alimentaires produits en France

1/3 des aliments produits sur la planète sont jetés

Non alimentaire

600 millions d'euros de produits neufs détruits chaque année en France

Les entreprises françaises cherchent des solutions innovantes pour diminuer le gaspillage

Du champ à l'assiette : Tous responsables

Le gaspillage alimentaire est un problème qui concerne chaque maillon de la chaîne alimentaire :



MENAGES 38%



RESTAURATION COLLECTIVE ET COMMERCIALE 14%



INDUSTRIE AGRO-ALIMENTAIRE 8%



PRODUCTION AGRICOLE 25%



COMMERCE ET DISTRIBUTION 10%



MARCHÉS 5%

Coûts du gaspillage dans le monde

Ce gaspillage a un coût économique, environnemental et social. La FAO estime que le coût direct des produits perdus ou gaspillés s'élève à 879 milliards d'euros par an soit le PIB des Pays-Bas !

CHAQUE ANNEE, CE SONT :



250 KM3 D'EAU GASPILLÉS



1600 MILLIONS DE T DE NOURRITURE JETÉE



3300 MILLIONS DE T D'ÉMISSIONS DE CO2



1,4 MILLION D'HECTARES DE TERRES GASPILLÉS

Sources
• Rapport Guillaume Garot, 2015
• FAO, 2011, 2013

• Agence du Don en Nature, 2014
• ADEME, 2014

professionnaliser l'activité de revalorisation des invendus et de mettre en place une politique de dons de qualité, le tout dans une dynamique de réduction des déchets. Cela s'illustre dans le Centre E.Leclerc de Rueil-Malmaison qui est dorénavant en capacité de donner la quasi-totalité de ses produits à Date Limite de Consommation (DLC) courte. En effet, PHENIX a su fédérer diverses organisations locales telles que Le Relais Sévrien ou les associations Dir el Kheir et Frères Humains. Elle a même mobilisé le cirque Gruss

voisin pour qu'au lieu de les jeter, certains invendus reviennent à l'alimentation animale.

Depuis 2015, le magasin a ainsi sauvé de la poubelle près de 350 tonnes de produits alimentaires, soit l'équivalent de plus de 700 000 repas redistribués, toujours dans une logique de circuits courts et de proximité.

L'équation économique qui sous-tend ce partenariat tripartite est simple : au lieu de payer pour détruire (coûts de collecte, location de

bennes, taxe de mise en décharge, incinération ou enfouissement), le magasin économise ces dépenses et bénéficie par ailleurs d'une réduction d'impôt égale à 60% de la valeur des produits au titre du don en nature effectué à une œuvre d'intérêt général. Des gains substantiels sur lesquels PHENIX applique son modèle économique de commissionnement sur la valeur créée.

C'est ce modèle qui a permis à PHENIX de convaincre, en 2 ans, près de 400 points de vente, dont une vingtaine de magasins E.Leclerc, et de créer une quarantaine d'emplois dans 12 régions françaises.

ET DEMAIN ?

Ce beau partenariat gagnant-gagnant a la chance d'être porté par un contexte sociétal, médiatique et politique favorable à la lutte contre le gaspillage alimentaire, avec le vote à l'unanimité d'une loi « anti-gaspi » au mois de mars 2016, rendant obligatoires les pratiques de dons pour toutes les surfaces supérieures à 400 m².

Cette loi exemplaire, pour laquelle la France a agi en pionnière (il faut s'en féliciter) est en train d'essaimer au niveau européen, puisqu'elle a été dupliquée en Italie et en Finlande. Des discussions similaires sont également en cours dans plusieurs autres pays, comme la Belgique.

PHENIX et E.Leclerc comptent bien lui emboîter le pas et déployer leurs solutions collaboratives françaises au niveau européen, pour créer de la valeur économique, sociale et environnementale et contribuer à participer à la transition vers une économie plus circulaire et plus solidaire !

1. ADEME

Jean Moreau
Co-fondateur et président
PHENIX

VERS UNE MODE ÉCOLOGIQUE ET LOCALE ?

La mode repose aujourd'hui sur le modèle économique des « collections jetables » et s'appuie sur un nombre important d'intermédiaires, éloignant de plus en plus les lieux de fabrication des consommateurs.

Avec la création de l'enseigne Modetic en 2007, qui distribue des marques de mode responsables, ses fondateurs ont réalisé que fabriquer leurs propres collections leur permettait de limiter les intermédiaires et donc d'avoir la capacité d'investir dans une production locale. Convaincus qu'il est vertueux de raccourcir la filière de production, ils ont donc créé la marque 1083, en référence aux 1083km qui séparent les 2 villes les plus éloignées de l'hexagone : Porspoder dans le Finistère et Menton dans le Sud-est.

1083, marque de mode écologique et locale, a commencé avec 2 modèles universels : le jeans et les baskets. Alors qu'un jeans parcourt en moyenne 65 000km avant d'être

porté, 1083 propose à ses clients des jeans 100% coton biologique, entièrement teints, tissés et confectionnés à moins de 1083km de chez eux. Ce modèle économique en circuits courts permet à 1083, d'une part, de réduire son impact environnemental, et d'autre part, de proposer des jeans à un prix abordable (89 euros) du fait de la réduction du nombre d'intermédiaires.

Au-delà de cette dimension économique, le projet fédère autour de lui les consommateurs et les partenaires et les transforme en ambassadeurs actifs de 1083. En effet, rapprocher les consommateurs des fabricants instaure les conditions d'une relation de confiance, valorise des métiers et des savoir-faire en déclin, et crée des emplois durables dans des régions historiquement liées à l'industrie du textile (les chaussures à Romans, le textile dans les Vosges et dans la Loire, les jeans à Marseille). 1083 investit, soutient la R&D et propose à ses sous-traitants des formations, autant de

vecteurs pour créer des dynamiques industrielles sur le long terme.

Toujours plus soucieuse de valoriser les territoires, la marque prépare cette année l'ouverture au public de ses ateliers romains, avec l'espoir, en 2018, d'installer ce projet industriel, commercial et touristique, dans l'ancienne et emblématique usine Charles Jourdan à Romans.

En appliquant ce modèle économique, participatif et pédagogique sur une filière aussi mondialisée et commerciale que le jeans, avec des tarifs concurrentiels, l'aventure de Modetic et 1083 fait la preuve que notre économie locale a de l'avenir !

Thomas Huriez
Gérant et fondateur
Modetic & 1083



Thomas et Grégoire Huriez, co-gérants et fondateurs, Modetic et 1083

L'UPCYCLING AU SERVICE D'UNE ÉCONOMIE LOCALE PLUS SAINNE

Recycler « par le haut », apporter une valeur ajoutée à des matériaux et des déchets : voilà le principe de l'upcycling ou surcyclage. Contrairement au réemploi qui, par nature, remet l'objet et la matière dans le circuit sans en changer la destination (la table reste table, le bureau reste bureau), l'upcycling passe par des interventions qui visent à récupérer les matériaux ou les produits dont on n'a plus l'usage

pour les transformer en produits de qualité ou d'utilité supérieure. Cela passe notamment par un travail important de création, de design, et de réflexion technique.

En France, multiples sont les initiatives qui portent ce concept. Extramuros, entreprise d'insertion installée à Gennevilliers depuis déjà 10 ans, crée et fabrique des bagages, des accessoires et du mobilier à

partir de matériaux récupérés. Le modèle de l'entreprise s'appuie sur 3 piliers : création, environnement et solidarité. Extramuros, à travers sa mission d'insertion, a déjà accompagné plus de 25 personnes éloignées de l'emploi, venant de Gennevilliers et des communes proches. En plus de son impact environnemental direct grâce à la réutilisation des matériaux récupérés, les activités d'Extramuros s'inscrivent dans l'économie locale. En effet, en travaillant avec un centre de tri Veolia situé à Gennevilliers, la grande majorité des matériaux qui sont collectés, triés et valorisés pour servir de nouvelle matière première aux productions d'Extramuros sont ainsi des déchets locaux.

comme Veolia, La Poste, VINCI, Kinnarps, Valdelia, SNCF, ADP et la Banque Rothschild. Constituant une rupture avec des pratiques de gestion des déchets classiques, la démarche d'Extramuros contribue à l'échelle du territoire à un changement de regard et de pratiques des acheteurs et des utilisateurs finaux. Et c'est bien en levant les a priori liés à l'utilisation de matériaux récupérés (design quelconque, qualité médiocre), que les entreprises engagées dans l'upcycling parviennent à se développer pour accroître encore le poids de leur mission sur le territoire, en proposant aux entreprises des objets beaux, de qualité supérieure, et porteurs de sens.

Julien Richardson
Directeur
Extramuros



Village La Poste aménagé par Extramuros, design Isabelle Pujade

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE AU CŒUR DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL À LA FRANÇAISE

Villes et territoires durables, économie circulaire... à eux seuls, les termes « durable » et « circulaire » résument bien l'enjeu qui nous revient à tous : assurer la continuité, créer une chaîne vertueuse. Cela remet l'accent sur la notion de collectif, la nécessité de mobiliser autour d'une problématique de territoire les entrepreneurs, les entreprises de l'économie sociale et solidaire, les acteurs publics, les citoyens... Les entrepreneurs sociaux ont l'habitude de jouer collectif : gouvernances partagées, écoute des besoins des territoires, recherche de solutions innovantes. Ils sont des acteurs dynamiques et inventifs de l'économie circulaire.

On peut qualifier de pionnier de nombreux entrepreneurs

sociaux qui innovent depuis des années au service de l'économie circulaire et des territoires durables. Les exemples sont nombreux : le recyclage, le réemploi, les circuits-courts, la consommation responsable proposés par les entreprises du Réseau Envie, du Réseau ANDES, du Réseau Cocagne, la coopérative Ecocup, le Groupe Terre de Liens, entre autres. Fait positif, cette dynamique connaît un essor sans précédent, et l'envie d'agir motive aujourd'hui de plus en plus d'acteurs sur les territoires.

Ce sens du collectif et la culture de la mise en réseau sont mis en avant par le Réseau France Active, par ses missions, ses valeurs et son histoire. Le Réseau place les partenariats au cœur de ses actions d'accom-

pannement et de conseils des entrepreneurs sociaux. Une mise en réseau très variée pour répondre aux différents besoins des entreprises sociales : partenariats avec des financeurs, partenariats avec les réseaux d'accompagnement, etc.

Et de manière très concrète ? Le Labo des Partenariats, développé par Alsace Active, s'est spécialisé dans la mise en relation Association-Entreprise. Un exemple de partenariat favorisé par Alsace Active est celui noué entre les Cafés SATI, une entreprise alsacienne spécialisée dans la torréfaction et l'importation de café, et les Jardins de la Montagne Verte, association d'insertion professionnelle dans le maraîchage biologique. Ce partenariat consiste à transformer un déchet de l'entreprise en matière pre-

mière pour l'association : l'exoderme des grains de café devient un additif performant au compost de l'association. Un partenariat gagnant-gagnant mais aussi une rencontre et un enrichissement mutuel extrêmement positif.

Le Labo des Partenariats travaille ainsi à mettre en relation des entreprises qui ne se connaissent pas et à décroiser les acteurs au service du succès des entreprises sociales et de leurs projets d'économie circulaire. Parce que « si seul, on va plus vite, ensemble on va plus loin ».

*Emmanuelle Maudet
Responsable Etudes et Perspectives
France Active*



GOBELETS : DU JETABLE AU RÉUTILISABLE

L'urgence climatique et environnementale oblige les acteurs économiques et les citoyens à changer leur manière de consommer. Réduire la quantité de déchets est une nécessité pour notre planète. En France, seuls 45% de nos déchets sont valorisés, ce qui est très loin des 80% de nos voisins d'Europe du Nord¹. La meilleure façon de limiter nos déchets est de diminuer la production à la source tout en améliorant la durabilité des produits, 2 leviers fondamentaux de l'économie circulaire.

Depuis plusieurs années, les gobelets réutilisables se répandent dans les manifestations, les réunions et les festivals. Ecocup, fabricant et fournisseur de gobelets réutilisables, explique en quoi cela constitue une solution durable et efficace.

Chaque seconde en France, 63 gobelets jetables deviennent des déchets². Lors d'un événement, les gobelets jetables représentent 50%

de l'ensemble des déchets produits. Une alternative existe pourtant au gobelet jetable : le gobelet réutilisable.

Si l'on considère l'ensemble du cycle de vie du produit, le gobelet réutilisable a un impact environnemental très limité par rapport au gobelet jetable. La production d'un gobelet réutilisable requiert une quantité d'énergie supérieure (10% à 20%) par rapport à celle d'un gobelet jetable, mais cet écart est rapidement compensé au fil des réutilisations.

Une fois utilisé et lavé, un gobelet est prêt à être renvoyé sur de nouveaux événements, et ce jusqu'à 1 000 fois sans être altéré. Cela prouve le réel intérêt de ce système qui permet de limiter les impacts environnementaux, de la production du gobelet à son utilisation lors des événements. Cette réduction d'impact se fait également lors du lavage : en plus d'utiliser des produits lessiviels biodégradables, Ecocup a développé des

machines qui permettent de laver chaque gobelet avec seulement 3cl d'eau, sans que l'eau sale rejetée ne soit polluée.

A ses débuts, le principal défi pour la société Ecocup a été de montrer au public qu'une nouvelle façon de consommer était possible. La mise en place d'une caution a été un outil pour responsabiliser le public : au lieu de jeter son gobelet, chaque utilisateur peut le garder ou le ramener et récupérer sa caution. Le traitement des déchets étant de plus en plus réglementé en France, les citoyens doivent d'ores et déjà intégrer ces nouveaux comportements écoresponsables : au 1^{er} janvier 2020, les gobelets et assiettes jetables en matière plastique seront interdits.

1. ADEME
2. PLANETOSCOPE

*Laurie Garcia
Chargée de communication
Ecocup*



L'AVENIR DE L'ÉNERGIE EST DANS LE RENOUVELABLE



Le parc éolien de la Limouzinière en Loire-Atlantique

Les dérèglements climatiques et leurs conséquences aussi bien sociales, qu'économiques et environnementales, sont des préoccupations dorénavant majoritairement partagées. Et l'enjeu énergétique y tient une place centrale. Dorénavant, penser « climat et énergie », c'est intégrer la question éthique dans l'approvisionnement en ressources, réinterroger nos objectifs en termes d'indépendance énergétique et de capacité de résilience, et préparer le modèle économique de demain.

En France, la loi de transition énergétique pose un cap, mais toutes les conditions du succès ne sont pas encore réunies. Seulement 3 ans avant l'échéance 2020, la production électrique française s'appuie à 85% sur des énergies nucléaires et fossiles, qui sont non seulement polluantes, dangereuses, mais aussi rares et donc onéreuses. Par ailleurs, notre système, très centralisé, rencontre régulièrement des difficultés, souffre d'inefficacité, et manque de transparence et de lisibilité pour les consommateurs. L'innovation citoyenne, tout comme les ressources propres, locales et peu chères ne manquent pourtant pas : eau, vent, soleil, biomasse. En pratique, ces énergies renouvelables apparaissent comme la seule alternative économiquement

et socialement viable à long terme. Comment permettre alors leur développement en France ?

REVOIR LES FONDAMENTAUX

Aujourd'hui, le consensus pour l'avenir de l'énergie est simple : développer la production d'énergie verte est indispensable, faciliter l'accès à cette énergie une nécessité. Face à ce constat, on assiste aujourd'hui à l'émergence de nouveaux modèles qui se déploient sur les territoires et qui permettent aux citoyens de s'engager concrètement, à la fois dans le financement de la transition énergétique et dans la gouvernance de ces nouveaux modèles énergétiques. Cette réappropriation citoyenne des territoires est une condition fondamentale de la transition énergétique de demain, car elle permet de ne pas reproduire les erreurs du passé (solutions clés en main, industrielles, non participatives), et de véritablement développer des solutions adaptées aux territoires et aux besoins des individus. Les enjeux sont clairs : remettre le citoyen au cœur de la question énergétique, préfigurer des circuits courts de l'énergie, faire de la transition énergétique un projet de partage et d'intérêt collectif et non plus une activité spéculative.

Au-delà du développement des énergies renouvelables, la construc-

tion d'un nouveau modèle énergétique passe aussi par une prise de conscience collective, et la mise en place de mesures de réduction des consommations. Le but ultime étant de créer une société qui ne cède pas à l'ébriété énergétique et qui utilise mieux l'énergie, pour une même qualité de vie.

Cette vision s'appuie sur 3 fondements : sobriété énergétique, efficacité énergétique et énergies renouvelables.

LE PROJET ENERCOOP, UNE SOLUTION FACE À CES ENJEUX

Pour répondre au défi de la transition énergétique, la coopérative Enercoop a vu le jour en 2005. Créée dans le cadre de la libéralisation du marché de l'électricité en France, par des entreprises sociales, des ONG, des associations environnementales, Enercoop se positionne aujourd'hui comme le seul fournisseur d'électricité 100% renouvelable et 100% coopératif. La coopérative propose aux citoyens, aux collectivités et aux entreprises une électricité renouvelable dans un modèle décentralisé.

La décentralisation du modèle a pour objectif de tendre vers des circuits courts afin de rapprocher la production d'électricité de sa consomma-

tion et dynamiser la vie coopérative locale. Enercoop est porté par ses sociétaires qui investissent leur argent mais aussi leur temps dans le modèle. Il s'agit d'une structure démocratique où les sociétaires s'engagent et décident ensemble.

En soutien à son offre de service énergétique citoyenne, Enercoop a participé en 2010 à la création d'Énergie Partagée Investissement, l'outil de référence du financement solidaire dédié à la transition énergétique. Sa mission : collecter l'épargne citoyenne pour l'investir au capital de projets citoyens d'énergie renouvelable. Ces projets citoyens ont la particularité de rester sous le contrôle d'habitants et de collectivités locales pour que les bienfaits écologiques, sociaux et économiques de ces installations renouvelables profitent directement au territoire.

Nous avons tous les atouts en main. Il s'agit simplement de parvenir à rassembler tous les acteurs : citoyens, petites et grandes entreprises, collectivités, territoires, pouvoirs publics, élus... Difficile ? Sans doute, mais nous devons, nous pouvons y croire.

*Emmanuel Soulias
Directeur général
Enercoop*

DÉVELOPPER DES SOLUTIONS COLLABORATIVES FACE À LA PRÉCARITÉ ÉNERGÉTIQUE

Entre 50 et 125 millions d'Européens vivent en situation de précarité énergétique. Leur réalité quotidienne : des maisons froides et humides, des difficultés à payer les factures et la nécessité de choisir entre chauffer le logement et manger chaud. Le cercle est difficile à briser, et la peine souvent double pour les foyers touchés. En difficulté financière, ils n'ont pas les moyens d'investir dans des mesures qui leur permettraient de consommer moins et de manière plus efficace. Ils peinent donc à payer leurs factures, sans pour autant avoir accès à une quantité d'énergie répondant aux besoins de la vie quotidienne.

À l'été 2015, Ashoka et la Fondation Schneider Electric, sous l'égide de la Fondation de France, ont lancé un partenariat visant à identifier, soutenir et développer les réponses les plus innovantes à la précarité énergétique. Durant 6 mois, dans le cadre du programme « Social Innovation to Tackle Fuel Poverty¹ », 13 entrepreneurs sociaux sélectionnés par Ashoka venant de 6 pays européens, ont pu bénéficier de l'accompagnement d'entrepreneurs, d'experts du secteur de l'énergie et de consultants, dans la conception de stratégies d'essaimage.

Un tiers des ménages en situation de précarité énergétique possède des appareils électro-ménagers consommant 3 à 5 fois plus que les appareils récents performants

L'entrepreneur social flamand Stefan Goemaere, un des lau-

réats du programme, a constaté qu'en Belgique, un tiers des ménages en situation de précarité énergétique possède des appareils électro-ménagers consommant 3 à 5 fois plus que les appareils récents les plus performants. Pour mettre fin à cette situation, il développe un réseau d'entreprises et d'acteurs sociaux qui permettra à ces ménages de louer des équipements ménagers consommant moins d'énergie, afin d'alléger le poids des factures sur leur budget, et de sortir du cycle de l'endettement. Soutenu par le gouvernement, le modèle a pour ambition de toucher 50 000 ménages d'ici 2018.

Pour lutter contre la précarité énergétique à grande échelle, il est nécessaire qu'un écosystème collaboratif se mette en place

L'ancienneté et les défauts d'isolation des logements sont d'autres causes principales de la précarité énergétique en Europe. En France, les aides publiques à la rénovation énergétique de l'habitat, qui peuvent s'élever à plusieurs milliers d'euros, peinent cependant à atteindre les populations les plus précaires, pour qui le reste-à-payer est souvent trop élevé. Pour y remédier, Frank Billeau a développé en Picardie le Réseau Eco-Habitat, un réseau d'acteurs du logement et du bâtiment, publics et privés, permettant l'orientation de familles en situation de précarité énergétique vers les solutions financières et techniques adaptées à la rénovation écologique de leur habitat. Son organisation accompagne, en

tant que guichet unique, ceux qui ne savent pas à qui s'adresser, et n'osent pas appeler à l'aide.

La solution ne peut cependant pas venir du secteur associatif seul. Frank Billeau et Stefan Goemaere le démontrent, en misant sur la force des réseaux. Pour lutter contre la précarité énergétique à grande échelle, il est nécessaire qu'un écosystème collaboratif se mette en place rassemblant fournisseurs d'énergie et d'équipements électriques, acteurs du logement et de la construction et pouvoirs publics, dans le développement de solutions adaptées aux besoins des plus précaires. Des solutions qui devront s'inspirer des réponses agiles et efficaces développées par les entrepreneurs sociaux au plus près des publics touchés.

1. Innovation sociale pour combattre la précarité énergétique

Laura Zimer
Responsable communication
Ashoka France

PRÉCARITÉ ÉNERGÉTIQUE

Il n'existe pas de définition commune à l'échelle européenne. La loi française du 12 juillet 2010 (Grenelle II) définit la précarité énergétique comme « une difficulté à disposer de la fourniture d'énergie nécessaire à la satisfaction de ses besoins élémentaires en raison de l'adaptation de ses ressources ou de ses conditions d'habitat ».

Les principales causes de la précarité énergétique sont :

- des salaires bas
- des prix de l'énergie élevés
- des maisons mal isolées

CHIFFRES CLÉS

PRÉCARITÉ ÉNERGÉTIQUE EN EUROPE ET EN FRANCE

50 à 125

C'est le nombre de millions d'Européens qui vivent en situation de précarité énergétique.

1/7

des ménages européens se trouve en situation de précarité énergétique.

3 800 000

personnes sont touchées par la précarité énergétique en France.

46%

des personnes touchées en France vivent seules. Ce sont pour la plupart des personnes âgées.

2,5

Les 20% des ménages les plus pauvres consacrent une part de budget 2,5 fois plus élevée à l'énergie que les 20% des ménages les plus riches.

Source : Resolving Fuel Poverty In Europe, Understanding the Initiatives and Solutions, Fondation Schneider Electric, 2015.

QUAND LA FINANCE SOLIDAIRE PARTICIPE AU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL

Il est urgent de reconnecter les circuits de financement au développement d'une économie en lien avec les préoccupations de la population. Les placements proposés par la finance solidaire ou de proximité offrent une alternative aux épargnants qui souhaitent placer leur argent en fonction de critères éthiques, sociaux ou territoriaux pour participer au développement d'une autre économie.

La finance solidaire ou de proximité peut également produire des systèmes de péréquation entre les territoires via des sociétés d'investissements solidaires.

Comment se met en place ce système de redistribution entre les entités territoriales ? Tout simplement, en investissant la richesse collectée au plan national vers des régions ayant des besoins d'investissements importants, mais n'ayant pas nécessairement une capacité de collecte suffisante pour couvrir leurs besoins. A titre d'exemple, la Société d'Investissement France Active, la SIFA, réalise « seulement » 24% de ses investissements en Ile-de-France, alors que cette région représente près d'un tiers du PIB français. À l'inverse, l'Auvergne représente 5% des investissements de la SIFA pour un PIB de 1,5%.

Les placements solidaires font donc de l'épargne un outil puissant, permettant de soutenir des projets à forte utilité sociale, mais également de répondre à des enjeux de développement local et national.

Fanny Gérome
Directrice du développement
France Active

LE RENOUVEAU, DE L'INVESTISSEMENT À L'IMPACT

RÉSOLVRE L'EQUATION « RISQUE, RENTABILITE, IMPACT »

Alors que les investisseurs financiers arbitrent leurs décisions selon 2 dimensions — le risque et la rentabilité —, l'impact investing en ajoute une 3^e, celle de l'impact social. Cette nouvelle manière d'investir, conjuguant le « tout impact » (philanthropie) et le « tout profit » (finance traditionnelle), nécessite d'adapter l'ensemble des outils de la finance classique : de l'épargne des particuliers au capital-risque solidaire, en passant par la création de bourses sociales dédiées. Là où classiquement les investisseurs demandent plus de rentabilité lorsque le risque est élevé, plusieurs questions se posent pour l'impact investing : Comment fixer des objectifs d'impact social ? Faut-il accepter un rendement modéré compte tenu de ces objectifs ? Si oui, comment fixer alors un objectif de rentabilité sur une période relativement longue (capital patient) ? Les financements à impact sont-ils plus risqués ?

L'impact investing est une nouvelle manière d'investir, conjuguant le « tout impact » (philanthropie) et le « tout profit » (finance traditionnelle)

L'articulation entre le risque, le rendement financier et l'impact social relève plus d'une conviction de la part des « investisseurs à impact », que d'une approche rationnelle liée à des résultats historiques démontrés. Et cette conviction ne cesse de gagner du terrain. Aujourd'hui, l'impact investing est même poussé par les mesures incitatives des pouvoirs publics, comme par exemple en France, la loi de modernisation de l'économie de 2008. Elle oblige les entreprises à proposer à leurs salariés au moins un fonds



Le CIS de l'Adie vise à réinsérer durablement 320 personnes dans les zones rurales isolées

solidaire, dit 90/10, dont les encours sont investis entre 5 et 10 % dans des entreprises solidaires. BNP Paribas s'en est inspiré pour adapter cet outil d'épargne salariale aux clients du grand public, en créant le fonds BNP Paribas Social Business France, labellisé Finansol.

LE CONTRAT A IMPACT SOCIAL, UN INSTRUMENT PROMETTEUR

Dans cette dynamique, un nouvel instrument émerge pour faire progresser l'impact investing : le Contrat à Impact Social (CIS). Pour contourner l'absence de méthode d'évaluation d'impact unanimement reconnue, le CIS explicite en amont les objectifs attendus : les résultats sociaux à atteindre, les moyens de les évaluer, ainsi que les retours financiers associés. Ces éléments font l'objet d'une négociation entre les parties prenantes préalablement à la contractualisation. Le CIS repose sur une logique simple : des investisseurs privés financent des programmes d'innovation sociale et si ces expérimentations sont un succès, les pouvoirs publics remboursent et rémunèrent les investisseurs.

En effet, il établit un lien direct entre la création de valeur sociale et la création de richesse tout en transférant le risque financier : plus l'impact généré par le programme est important, plus le rendement

financier est élevé. L'arbitrage n'est donc plus nécessaire. De plus, le risque porté par l'opérateur social change de nature : il est évalué sur sa capacité à exécuter des services sociaux et non sur sa capacité à dégager des bénéfices financiers.

En France, le Ministère de l'Economie a lancé en mars 2016 un appel à projets pour encourager l'émergence de cet outil. Les 2 premiers CIS français, signés en novembre en présence du Président François Hollande, sont résolument ancrés dans les territoires. Le 1^{er} CIS, Impact Académie, vise à redynamiser le tissu économique des quartiers prioritaires de la politique de la ville via la création d'emplois. Le 2^e, projet de l'Adie accompagné par BNP Paribas en structuration et par KPMG en évaluation, vise à réinsérer durablement au moins 320 personnes dans les zones rurales isolées.

Ces initiatives sont à développer et à répliquer. L'explosion des besoins sociaux et la raréfaction des ressources publiques sont telles que toute innovation financière au service de l'économie sociale et solidaire est bienvenue !

Maha Keramane
Responsable Entrepreneuriat Social et
Microfinance pour l'Europe
BNP Paribas



BNP PARIBAS

LES CONTRATS À IMPACT SOCIAL : UNE NOUVELLE FORME DE PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ ?

Depuis leur lancement en France en mars 2016, les Contrats à Impact Social (CIS) font l'objet de nombreuses publications et prises de position au sein de l'économie sociale et solidaire. Entre autres thèmes récurrents, on constate qu'ils sont régulièrement décrits comme une nouvelle forme de partenariat public-privé (PPP) appliquée à l'action sociale. Mais cette comparaison est-elle justifiée ? Dans quelle mesure les CIS renouvellent-ils vraiment la collaboration entre public et privé ?

En termes de parties prenantes, tout d'abord, les similarités sont fortes. Le PPP est un mode de financement par lequel une autorité publique fait appel à des opérateurs et investisseurs privés pour contribuer au service public en contrepartie d'un paiement. Le CIS répond également à cette logique tripartite, les opérateurs et investisseurs privés recevant une forme de contrepartie pour leur contribution à l'action publique sociale.

Les CIS constituent un outil plus polyvalent que les PPP

En termes de champ d'application, en revanche, PPP et CIS divergent. Les PPP s'appliquent essentiellement pour des projets de construction et de gestion d'équipement pour le compte de la puissance publique (ex. construction d'un hôpital). Les CIS concernent, eux, un champ plus vaste d'activités qui n'ont en commun que 3 caractéristiques : une création d'impact social pour des publics défavorisés, un caractère innovant, et une économie avérée pour la puissance publique. Sont ainsi concernées par les CIS des activités aussi variées que l'insertion professionnelle, la prévention de maladies, le microcrédit ou encore la prévention de la délinquance. Les CIS constituent donc un outil plus polyvalent que les PPP, per-

mettant de rassembler acteurs publics et opérateurs sociaux sur de nouveaux types de projets.

En termes réglementaires, enfin, on retrouve dans les 2 cas un enjeu autour de l'évaluation. Avant de mettre en œuvre un PPP, l'acteur public conduit une démarche d'évaluation devant notamment vérifier le caractère d'urgence ou de complexité du projet (justifiant le recours à un partenaire privé), son caractère économique (qui doit être moins coûteux que s'il était pris en charge par l'Etat) et sa soutenabilité (à savoir la capacité de l'opérateur à le réaliser). Dans le cas des CIS, l'évaluation est encore renforcée, car elle intervient aussi bien avant, qu'après la réalisation du projet : sa pertinence, sa soutenabilité ainsi que les impacts sociaux générés sont vérifiés. Contrairement aux PPP, les CIS donnent donc une place centrale à l'évaluation des résultats, qui conditionne la rémunération des partenaires privés.

C'est le paiement au résultat qui constitue la véritable innovation des CIS

On le comprend, la nouveauté des CIS ne réside donc pas dans la collaboration de parties prenantes publiques et privées, qui est déjà au cœur des PPP. C'est le paiement au résultat qui constitue la véritable innovation. En structurant la collaboration autour d'objectifs négociés à l'avance, les CIS proposent un fil rouge aux partenaires, qui sont incités à s'impliquer, échanger, décloisonner à chaque étape de la vie du projet : lors de sa conception pour définir des objectifs communs d'impact social, pendant son déroulé pour suivre une trajectoire à laquelle chacun est intéressé, et après sa conclusion pour constater les retombées positives créées en commun. Sous réserve que chaque partie joue bien son rôle, les CIS constituent ainsi un cadre équilibré,

favorisant l'expression et la compréhension des vues de chacun autour d'une ambition d'impact social.

Eve Durqety
Responsable nationale évaluation

Adrien Baudet
Chargé de recherche

Direction ESS
KPMG



EN SAVOIR + LA MESURE D'IMPACT SOCIAL

La mesure d'impact social est une démarche visant à appréhender les changements survenus sur les bénéficiaires d'une action ou d'un programme

57%

des entrepreneurs sociaux possèdent des outils de mesure d'impact de leur activité

LES OUTILS DE MESURE DE L'IMPACT



Les coûts évités

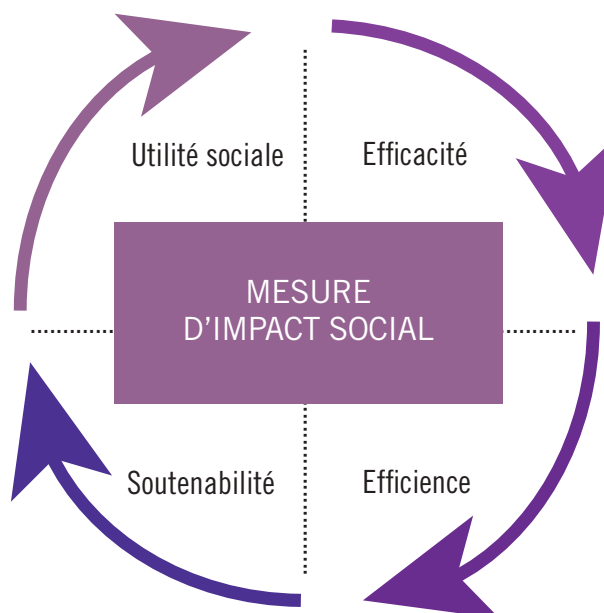
La mise en place d'un groupe témoin



Le SROI (Retour social sur investissement)

et bien d'autres encore !

Les 4 critères clés de mesure de l'impact social



L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL PAR LES FEMMES : UN LEVIER D'INNOVATION SOCIALE ET D'EMPOWERMENT



© JENNIFER SAMPIERI

Selon l'étude menée par le Lobby Européen des Femmes (LEF) en 2015, 88% des femmes entrepreneures se sentent plus autonomes et épanouies grâce à leur projet d'entrepreneuriat social. Ce constat étonne peu, car de nombreuses recherches nous démontrent aujourd'hui l'attrait particulier des femmes pour les projets à dimension sociale¹.

CHANGER LES MENTALITÉS

Alors que dans la grande majorité des cas, la source principale de motivation au développement d'une entreprise reste la création de valeur économique, les femmes qui montent un projet d'entreprise solidaire, interrogées dans les 10 pays européens couverts par l'enquête, le font essentiellement pour la dimension sociale de celui-ci. La recherche du profit n'est pas un facteur de motivation. Au contraire, elles veulent avant tout matérialiser leur envie de créer quelque chose de positif.

95% des femmes entrepreneures sociales ont monté une entreprise après avoir constaté des besoins non satisfaits dans leur communauté. Leur mode de réflexion se distingue de celui de l'entrepreneuriat classique, car elles partent souvent d'une expérience vécue

négative, identifient le problème et y apportent une solution sociale durable par leur projet.

Il y a une volonté marquée chez les femmes de contribuer au développement d'un modèle commercial plus éthique.

Ces résultats, les premiers disponibles à cette échelle en Europe, mettent en exergue la volonté marquée des femmes de contribuer au développement d'un modèle commercial plus éthique (80% d'entre elles). Elles cherchent à faire évoluer de manière positive les mentalités, les attitudes et les comportements dans la société (62%) sur une problématique qui leur tient à cœur, et ce, principalement au niveau local, mais aussi au niveau national, voire international. Cela témoigne d'un engagement fort des femmes entrepreneures pour lutter contre les discriminations et les autres formes de marginalisation dans nos sociétés.

L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL, VECTEUR D'AUTONOMISATION DES FEMMES

Mais les bénéfices de l'entrepreneuriat social féminin ne s'arrêtent pas aux sorties positives générées par les activités entreprises. Ils touchent le cœur même de la démarche. Pour une large majorité des femmes entrepreneures (85%), leur travail permet à d'autres femmes de s'émanciper à la fois grâce aux activités que mène l'entreprise sociale, mais également grâce au modèle inspirant que représentent les femmes à la tête de ces entreprises.

Avec la conviction que ce nouveau secteur est très porteur, la Fondation CHANEL soutient plusieurs projets d'entrepreneuriat social féminin, en apportant l'appui technique, la formation ou l'aide

financière qui permet de lever les barrières au développement. Constatant le gâchis qu'engendrait la surproduction de pain dans son département, Nathalie Lemoine a par exemple eu l'idée de créer un chantier d'insertion qui apporterait une solution au problème du pain invendu, tout en permettant à des femmes marginalisées de se réinsérer dans le monde du travail. Elle a créé en 2012 l'Atelier Moino 91 pensé comme un tremplin vers l'emploi durable et qui accueille aujourd'hui une dizaine de femmes.

Ce type de projets soutenus par la Fondation CHANEL a eu des résultats particulièrement positifs à l'échelle locale, en France, mais également à l'international. La Fondation apporte son soutien depuis 2012 au Réseau ASTA au Brésil. L'apport de financement et en mécénat a permis à ce réseau de commerce équitable, constitué de groupes féminins de production artisanale dans les favelas, de renforcer son marketing stratégique et de réaliser une évaluation de son impact social auprès des femmes les plus vulnérables de la métropole de Rio.

LES DÉFIS À RELEVÉR

Faisant l'unanimité auprès des entrepreneures et des bénéficiaires de projets, l'entrepreneuriat social féminin a certainement de beaux

jours devant lui, mais certains obstacles doivent encore être surmontés pour en démultiplier la visibilité, la reconnaissance et l'impact. 41% des femmes citent le manque de financement comme frein principal à la réalisation de leur projet. Comme dans le cas de l'entrepreneuriat traditionnel, l'étude du LEF montre que les femmes sont victimes de discrimination dans l'accès au crédit. Pour lutter contre ce phénomène, on pourrait envisager la création d'un fonds dédié à l'entrepreneuriat solidaire, porté par les femmes à l'échelle européenne ou locale. Mais il faut d'ores et déjà améliorer la visibilité des femmes entrepreneures, qui ne sont aujourd'hui pas assez mises en avant en tant que modèles. Des projets spécifiques de promotion de leur rôle clé dans l'innovation sociale et l'accès à l'emploi pour tous pourraient pallier ces défaillances, afin d'en faire de véritables leviers d'autonomisation des femmes.

1. Cet article se base sur l'étude WEstart menée en 2015 par le Lobby Européen des Femmes : <http://westarteurope.org/>

*Miren Bengoa
Déléguée générale
Fondation CHANEL &
Présidente
Comité ONU Femmes France*

FONDATION CHANEL



Une des femmes de l'atelier Moino 91, soutenu par la Fondation CHANEL

CLÉMENTINE CHAMBON : UNE ENTREPRENEURE DE 24 ANS DANS LE CLASSEMENT FORBES

CLASSÉE PAR FORBES DANS LE TOP 30 DES JEUNES ENTREPRENEURS SOCIAUX EUROPÉENS DE MOINS DE 30 ANS, QUI EST CLÉMENTINE CHAMBON ?

J'ai fait mes études en ingénierie chimique en Angleterre et aujourd'hui, je réalise ma thèse en bioénergie à l'Imperial College à Londres, sur la conversion des déchets de l'agriculture en produits utiles comme l'électricité ou les biocarburants. Il y a 2 ans, j'ai participé à une école d'été de Climate-KIC sur l'entrepreneuriat et le changement climatique. C'est là où j'ai rencontré Amit Saraogi qui a déjà 15 ans d'expérience en affaires, en finance et en développement social. Ensemble, nous avons commencé à travailler sur le projet Oorja afin de trouver une solution fiable et abordable d'électrification des zones rurales en Inde.

Nous avons à la fois travaillé sur la solution technique, et sur la compréhension de la communauté et de ses besoins. L'objectif d'Oorja est de créer des mini-centrales qui produisent de l'électricité générée à partir des déchets agricoles et de l'énergie solaire, afin d'alimenter les foyers et les entreprises. Notre modèle sera celui des franchises où des entrepreneurs locaux se chargeront des opérations quotidiennes, de l'entretien et de la vente d'énergie aux consommateurs. L'énergie sera donc aussi catalyseur de développement économique et social.

PENDANT CETTE PHASE DE DÉVELOPPEMENT DE PROJET, NOUS IMAGINONS BIEN QUE VOUS AVEZ VÉCU ET VIVEZ DES CHALLENGES...

Cela fait un peu plus de 2 ans que nous travaillons au lancement d'Oorja, et maintenant nous sommes prêts à installer la première centrale l'énergie en mars 2017. Pendant cette période, les challenges ont été nombreux, notamment parce que nous travaillons dans un contexte particulier,



© OORJA SOLUTIONS

celui de l'Inde rurale. Le contexte juridique sur l'approvisionnement décentralisé en électricité est par exemple très flou, mais nous essayons de travailler avec le gouvernement à l'échelle locale et centrale. Le but étant que nos infrastructures et celles du réseau national puissent se compléter.

Un autre défi pour nous est le financement, parce qu'avant de pouvoir lever des fonds, il nous faut installer plusieurs centrales pour valider notre modèle économique et notre solution technique. Le travail préparatoire pour bien comprendre la situation locale, la demande, et la capacité à payer est également très important. Pendant cette période, nos ressources reposent uniquement sur les financements philanthropiques.

Un autre challenge, que rencontrent tous les entrepreneurs sociaux, est celui de former une équipe de personnes à la fois qualifiées, attirées par l'entrepreneuriat social et prêtes à s'engager sur le long terme en prenant de grandes responsabilités.

ALORS, SELON-VOUS QUELLES SONT LES QUALITÉS ESSENTIELLES POUR ÊTRE UN BON ENTREPRENEUR SOCIAL ?

Je n'aime pas trop généraliser sur ce thème car je pense que les profils d'entrepreneurs sont très divers et que cette diversité est un atout ! Il existe néanmoins quelques facteurs clés. Je pense qu'il est très important d'avoir une connexion

avec une communauté spécifique, connaître ses opportunités et ses défis afin de contribuer à une solution. Il faut bien comprendre que l'on contribue à une solution, qu'on essaye de la faciliter ou de l'avancer, mais que l'on n'est pas la solution. Celle-ci viendra des communautés elles-mêmes. Je pense aussi qu'il faut être assez flexible, pour adapter sa solution selon le contexte ou les besoins d'une population spécifique. En même temps il faut être persistant car avoir un impact social prend du temps. Enfin j'ajouterais qu'il est essentiel d'avoir un réseau de soutiens personnels ainsi que professionnels, que ce soit la famille, des amis ou des entrepreneurs qui travaillent autour des mêmes problématiques.

DE MANIÈRE PLUS GLOBALE, QUELLE EST VOTRE VISION DE L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL DE DEMAIN ?

Cela dépend où... En parlant de l'Europe spécifiquement, il y a beaucoup de problématiques qui se rejoignent et qui sont très urgentes, comme par exemple la situation des réfugiés ou le changement climatique. Je pense que l'entrepreneuriat social de demain contribuera à répondre à ces enjeux. Souvent, on se focalise un peu trop sur un secteur particulier comme l'éducation, la santé ou l'environnement, alors qu'aujourd'hui toutes les problématiques de société sont densément reliées. Il est important de com-

prendre les liens entre les secteurs et de travailler de manière collaborative. Mener une action avec un grand impact ne peut jamais se faire seul, par une seule organisation. Il faut être prêt à collaborer avec d'autres organisations, qui sont actives depuis longtemps ou qui ont des champs de compétences différents.

AURIEZ-VOUS UN MESSAGE FINAL À FAIRE PASSER AUX FUTURS ENTREPRENEURS ?

Souvent, les personnes qualifiées techniquement ou qui ont de grands diplômes en poche partent dans le secteur des services, par manque perçu d'autres opportunités valorisantes. Or, je trouve que le fait de travailler dans l'entrepreneuriat social est extrêmement valorisant ! D'abord parce qu'en entrepreneuriat, les résultats visibles sont ceux issus de son travail direct et de celui de ses équipes. Ensuite parce que c'est un travail qui change tout le temps donc qui permet d'utiliser des compétences très différentes et de s'améliorer au quotidien. Enfin parce qu'il s'agit d'un moyen efficace pour contribuer au développement positif de la société en résolvant de grands problèmes d'inégalité sociale afin de rendre la société plus agréable et plus juste pour tous.

*Clémentine Chambon
Co-fondatrice et directrice technique
Oorja Solutions*

*Propos recueillis par Manon Creach
Convergences*

LA VILLE VUE PAR LES ENFANTS

Photos du 19^e arrondissement prises lors d'un atelier ludique organisé pour des enfants par Clichés Urbains. Implantée à Paris et au Brésil, l'association favorise l'éducation citoyenne des jeunes. Elle vise à tisser un lien social durable, inter-communautaire et inter-générationnel, ainsi qu'à agir de manière positive sur et par l'image dans les quartiers.



© MARICH DEVISE, CLICHÉS URBAINS



© MARICH DEVISE, CLICHÉS URBAINS



EN PARTENARIAT AVEC



“*opinionway*”



FONDATION
CHANEL

REMERCIEMENTS

Auteurs et contributeurs :

Nicolas Bard, Adrien Baudet, Chloé Bellue, Miren Bengoa, Clémentine Chambon, Guillaume Desmoulin, Marich Devise, Romain Dichamp, Eve Durquety, Stéphane de Freitas, Laurie Garcia, Fanny Gérôme, Christophe Hurbin, Thomas Huriez, Christophe Itier, Roxane Julien, Maha Keramane, Othmane Khaoua, Jérôme Lhôte, Emmanuelle Maudet, Jean Moreau, Caroline Neyron, Dominique Olivier, Caroline Pasquier, Elodie Quatresous, Julien Richardson, Maxime de Rostolan, Frédéric Roussel, Rémi Roux, Alain Seugé, Emmanuel Soulias, Hélène Le Teno, Adrien Tomarchio, Joséphine Vallé Franceschi et Laura Zimer.

Partenaires :

Luc Balleroy, Claudia Belli-Jeanteur, Miren Bengoa, Zoé Boissel, Eve Durquety, Claire-Amélie Huardel, Maha Keramane, Grégoire Lechat, Caroline Neyron, Anaïs Petit, Lisa Poupaud, Elodie Quatresous, Sederah Ranai-voarinosa, Diariatou Sarr et Laura Zimer.

Equipe de Convergences :

Joséphine de Bartillat, Alix Bouillon, Thomas Caulier, Manon Creach, Carolina Herrera, Hortense Penhirin, Camille Pesquet, Emilie Poisson, Filipa Raimundo, Fanny Roussey, Carine Valette.

Baromètre de l'Entrepreneuriat Social 2017/Convergences

Conception éditoriale : Carolina Herrera, Convergences
Conception graphique : Carine Valette, Convergences
Impression : Chevillon

À propos de Convergences :

Créée en 2008, Convergences est la première plateforme de réflexion, de plaidoyer et de mobilisation en Europe en faveur des Objectifs de développement durable (ODD) et de la construction d'un monde « Zéro exclusion, Zéro carbone, Zéro pauvreté ». Sa mission est de susciter la réflexion et l'action, de diffuser des bonnes pratiques et de favoriser la co-construction de partenariats innovants à fort impact sociétal.

Convergences s'appuie sur plus de 240 organisations partenaires représentées au sein de ses Groupes de travail pour co-construire le Forum Mondial Convergences qui réunit chaque année à Paris près de 7 000 participants, réaliser des publications, développer des projets autour de la jeunesse et du numérique, et organiser des débats et rencontres tout au long de l'année.

www.convergences.org

Copyright Convergences janvier 2017

